



ISSN (ONLINE): 2518-1971

НАУКОВО-
ПРАКТИЧНИЙ
ЖУРНАЛ

СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ



Belarus



Bulgaria



Hungary



Moldova



Poland



Romania



Lithuania



Slovakia



Ukraine



Czech Republic

16` 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 5 (16) 2018

Дніпро

2018

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

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».

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 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.

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. Ополь, 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 № 2 від 25 вересня 2018 р.)

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

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 330.1:338.4

ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»: ДИСЦИПЛІНАРНА РЕФЛЕКСІЯ ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ

THE TERM "INFORMATION ACTIVITY": DISCIPLINARY REFLECTION AND ECONOMIC ESSENCE

Агапова В.В.

аспірантка кафедри економіки та соціально-трудових відносин,
Університет митної справи та фінансів

Стаття відображає результати дослідження стану дисциплінарної рефлексії поняття «інформаційна діяльність» у роботах українських та закордонних учених. Виявлено особливості застосування поняття в зарубіжній та українській економічній традиціях. Наведено спробу економічно орієнтованої концептуалізації поняття, що дає змогу підвищити ефективність його застосування для опису і пояснення економічної реальності.

Ключові слова: інформаційна діяльність, дисциплінарна рефлексія, інформаційні потреби, інформаційний продукт, інформація.

Статья отражает результаты исследования состояния дисциплинарной рефлексии понятия «информационная деятельность» в работах украинских и зарубежных ученых. Выявлены особенности применения понятия в зарубежной и украинской экономической традициях. Приведена попытка экономически ориентированной концептуализации понятия, что позволяет повысить эффективность его применения для описания и объяснения экономической реальности.

Ключевые слова: информационная деятельность, дисциплинарная рефлексия, информационные потребности, информационный продукт, информация.

The article represents results of disciplinary reflection of the term "information activity" in Ukrainian and foreign research papers. The characteristics of the term usage in the foreign and Ukrainian economic traditions are revealed. The author's scheme of the "informational activity" system is developed. An attempt of economy-oriented conceptualization is undertaken in order to increase the effectiveness of the term application for describing and explaining economic reality.

Key words: information activity, disciplinary reflection, information needs, information products, information

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Розповсюдженість інформації в усіх сучасних економічних системах продукує невпинне зростання різних форм інформаційної діяльності, що висуває на перший план першочергове завдання їх опису в науковій літературі. Коректний опис економічного явища передбачає кропітку роботу з пошуку відповідних термінів та встановлення епістемологічних меж (застосовності) понять, які претендують на узагальнення наявних економічних практик. Проте більшість популярних серед науковців понять («інформаційна поведінка», «інформаційна практика», «інформаційна діяльність»...) запозичені з інших галузей та напрямів (наприклад, права, психології, бібліотекознавства тощо) та сформовані на іншому емпіричному

ґрунті, що може робити їх менш придатними для опису економічної реальності.

Таким чином, **проблемою**, що знаходиться в фокусі нашої уваги, є недостатній рівень економічної дисциплінарної рефлексії щодо практичного розмаїття інформаційної взаємодії економічних акторів. **Актуальність** дисциплінарної рефлексії зумовлена вочевидь сильним зворотним зв'язком між науковими категоріями та економікою [1; 2; 3], внаслідок чого підвищення рівня рефлексії повинно позитивно позначитися на прогресі економічної науки та її впливу на економіку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є здійснення дисциплінарної рефлексії поняття «інформаційна діяльність» та окреслення його економічної сутності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Увага до англomовної та вітчизняної економічної літератури засвідчує наявність безлічі понять, що претендують на опис з тією чи іншою повнотою, окремих форм інформаційної взаємодії економічних агентів. Простіше за все це помітити на прикладі західної економічної науки з її великою кількістю релевантних досліджень, виконаних у межах розроблених і усталених парадигм. Пунктирно можна вказати на поведінкову економіку та досліджуване в цьому контексті поняття «information behaviour» [4; 5] або поняття «human-information interaction» [6] в системі досліджень інформаційної економіки. Крім того, низка досліджень стосуються певних видів діяльності, таких як «information seeking» [7], «information processing» [8], «information practices» [9] та ін. Схожа ситуація спостерігається в українській економічній науці, де паралельно з «інформаційною діяльністю» вживається ціла низка понять зі схожими функціями, від збирання інформації до її захисту, що, за визначенням законодавства України, є видами інформаційної діяльності (створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорона та захист інформації) [10].

На нашу думку, такий ідейний плюралізм та певна понятійна неусталеність свідчить як про процеси активного міждисциплінарного обміну, так і про пошук економістами категорій, які б якомога адекватніше описували саме економічний аспект досліджуваних явищ. Тож наша увага до «інформаційної діяльності» є відповідною спробою наповнити економічним змістом це поняття та зробити його ще більш придатним до опису процесів оперування інформацією економічними акторами.

Загалом можна виокремити дві риси вживання «інформаційної діяльності» в українській науковій традиції:

1. По-перше, домінування емпіричних досліджень, що вивчають окремі аспекти інформаційно-аналітичної діяльності підприємств.

Українські економісти зазвичай розглядають інформаційну діяльність на мікрорівні, безпосередньо пов'язуючи її з проблемами практики. Природно, що одним із пріоритетних напрямів є дослідження потреб у захисті інформації, чому присвячено низку робіт. Наприклад, О. Жабинець розглядає захист інформації в контексті забезпечення інформаційної безпеки страхових компаній [11], тоді як В. Шпак зосереджується на організації захисту облікової інформації в системі економічної безпеки підприємства [12]. Інший напрям – оптимізація управління підприємством. Якщо О. Рева та О. Смірнов вивчають загалом організацію інформаційної системи підприємства, що насамперед спрямована на задоволення внутрішніх потреб управління

[13], то інші автори досліджують окремі аспекти інформаційної діяльності. Так, В. Кузь присвячує увагу процесу здобуття та використання облікової інформації для прийняття управлінських рішень [14], а П. Родіонов на прикладі одного з авіаційного перевізників описує проблеми координації інформаційних та матеріальних потоків [15]. Водночас відсутні теоретичні праці вітчизняних економістів, що спрямовані на визначення поняття «інформаційної діяльності» на макрорівні.

2. По-друге, функціонування «інформаційної діяльності» в науковому полі здебільшого як поняття, що інтуїтивно осягається, що одночасно заважає його теоретичній концептуалізації.

За яскравий приклад недостатнього рівня рефлексії править поширена практика рідкісних і не завжди логічно коректних визначень «інформаційної діяльності» в дослідженнях, присвячених її опису/вивченню. Наприклад, з погляду П. Родіонова, «інформаційна діяльність [підприємства] є сукупністю дій, спрямованих на задоволення, з одного боку, його власних інформаційних потреб, а з іншого – інформаційних потреб споживачів послуг» [15, с. 109]. О. Цветкова та

О. Дмитракова визначають інформаційну діяльність як «процес активної взаємодії суб'єктів інформаційних відносин з інформацією, поданою в будь-якому вигляді, під час якого суб'єкт задовольняє свої інформаційні потреби» [16, с. 129]. Такого роду формулювання демонструють залежність від тавтологій (ключовий для розуміння природи діяльності інформаційний аспект визначається через інформаційні аспекти самої діяльності), а також ознаки анімістичного мислення: подібно до того, як дуб виростає через те, що жолудь хоче рости, так і інформаційна діяльність здійснюється через те, що люди хочуть її здійснити. Безумовно, вищевказані способи концептуалізації свідчать не стільки про дійсні недоліки логічної культури (українських) вчених¹, скільки про відсутність усталеної та відрефлексованої термінології, що адекватним чином описує економічні реалії, які перебувають у процесі постійних змін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В цілому, аналіз фахової літератури дає змогу стверджувати необхідність подальшої рефлексії щодо поняття «інформаційної діяльності» як узагальнюючого поняття, що дає змогу концептуалізувати важливу сферу економіки, з огляду на формування та активний розвиток економіки постіндустріального типу. Проте слід зазначити невирішену епістемологічну проблему, обумовлену здебільшого «парасольковим» характером досліджуваного поняття як в англomовній, так й вітчизняній економічній традиціях. Наприклад, М. Порат до

¹ В одній зі своїх останніх робіт Дуглас Норт, Нобелівський лауреат з економіки (1993), справедливо зазначив, що невдача в теоретичному осягненні того чи іншого феномена не заперечує його практичного розуміння [17].

інформаційної діяльності відніс «ті специфічні галузі та організації, основною функцією яких є виробництво, обробка або передача економічно цінної інформації» [18, с. 1]. Тим самим економічний сенс інформаційної діяльності пов'язується з двома речами: специфічністю певних галузей, що надалі ніяк не розкривається, та певним типом інформації, якому іманентно притаманна економічна цінність.

Загадкова специфіка, постулат про щонайменше два типи інформації з сумнівним онтологічним статусом (що мають або не мають економічної цінності) та есенціалізм (у цьому разі – нехтування процесами взаємодії акторів) свідчить не так про незадовільний стан дисциплінарної рефлексії, як про ігнорування фундаментальних проблем. Зокрема, що є спільного і відмінного між вкрай різнорідними видами інформаційної діяльності? В якому сенсі ми можемо говорити про певний чистий тип інформаційної діяльності, що присутній в кожному явищі, яке емпірично спостерігається? І найголовніше, які аспекти чи елементи системи інформаційної діяльності розкривають її економічну сутність?

Отже, це дослідження є спробою розв'язати бодай частину цих проблем та зробити крок у напрямі ще більш коректного опису економічної реальності і можливості створення петлі зворотного зв'язку, що дає змогу економічній науці позитивно впливати на власний предмет.

Виклад основного матеріалу дослідження. На підставі проведеного огляду літератури можна стверджувати, що взаємодія між людьми та інформацією (разом із виокремленням конкретних видів цієї взаємодії, від пошуку до обміну) та задоволення інформаційних потреб внаслідок цієї взаємодії становлять спільні моменти для західної традиції та українського розуміння інформаційної діяльності, попри розмаїття теоретичних перспектив. Отже, вихідною точкою для визначення поняття «інформаційна діяльність» з погляду економічної теорії можна обрати саме такий спільний для наукових підходів аспект, як задоволення (інформаційних) потреб через взаємодію. Однак з'ясування цього *modus vivendi* ще не означає здійснення економічної дисциплінарної рефлексії, оскільки всі види інформаційної діяльності передбачають взаємодію людини з інформацією, зумовлену певними чинниками. Взаємодія та потреби є важливими факторами інформаційної діяльності, проте не визначальними: не будь-яке оперування інформацією є інформаційною діяльністю в економічному сенсі. З нашого погляду, як Робінзон Крузо не міг стати власником острова, на якому він жив (попри інші аспекти ситуації), через те, що не

відбувся акт відчуження в економічному сенсі, так і інформаційна діяльність має місце в системі економічного досягнення лише в тому разі, коли її результатом стає продукт, який має споживчу вартість.

Інакше кажучи, економічним змістом поняття «інформаційна діяльність» наповнюється, коли ми акцентуємо увагу на процесі створення продукту зі споживчою вартістю. Далі слід взяти до уваги, що інформаційна діяльність може мати різні цілі – постачання інформації для прийняття рішень, приведення інформації до необхідної форми задля її подальшого використання. У будь-якому разі оперування інформацією здійснюється не заради самого процесу, а відповідно до попиту, зовнішнього чи внутрішнього. Інформаційне агентство, наприклад, існує не тому, що люди хочуть там працювати, а тому, що є попит на результати його роботи. Під результатами інформаційної діяльності з економічного погляду слід розуміти благо – інформаційний продукт, втілений у формі інформаційного товару чи надання інформаційної послуги, що задовольняють відповідні інформаційні потреби.

Наступний крок кларифікації досліджуваного поняття передбачає перехід від процесу (взаємодії) та її результатів (благо) до акторів та контексту їхньої діяльності. Себто мовиться про споживачів та виробників інформаційних продуктів, з одного боку, та класифікацію інформаційних потреб – з іншої.

В кожній з розглянутих економічних традицій зазначалось, що суб'єкти здійснюють певні дії з інформацією, яка залежно від сфери може мати специфічний характер, як от облікова інформація, маркетингова інформація, фінансова тощо. Водночас конкретним та/або специфічним рисам економічного суб'єкта майже не приділяється уваги. Це порушує безліч питань щодо особливостей конструювання не існуючого в природі (узагальнюючого) *homo economicus* та адекватності такої моделі, позбавленої будь-яких гендерних, культурних, етнічних, соціально-економічних, професійних, освітніх та інших ознак, до опису та пояснення економічних явищ, вкрай чутливих щодо відповідних матеріалів². Проте, навіть залишаючись в окреслених межах, варто звернути увагу на декілька моментів, зокрема можливості віднесення до кола акторів, що безпосередньо беруть участь у процесі оперування інформацією, споживачів результатів цих процесів, тобто тих осіб, потреби яких задовольняються. На користь позитивної відповіді можна привести декілька аргументів. По-перше, інформаційна діяльність може бути спрямована не лише на створення продукту для зовнішнього використання, а й є частиною

² К. Лаваль дає приклад одного з останніх досліджень, присвячених моделі *homo economicus* [19], тоді як М. Грановеттер розвиває впливову альтернативу [20]. Невід'ємний вплив екзогенних чинників на економічні явища можна проілюструвати розглядом підприємництва, залежного від політичних [21], етнічних [22] та інших факторів.

внутрішньої системи підприємства (наприклад, створення бухгалтерської інформації (див. [14]), а отже, сам виробник інформаційного продукту є його споживачем. По-друге, замовник-споживач інформаційного продукту може мати суттєвий вплив на процес та характер роботи виробника з інформацією.

Отже, із сутнісного погляду до суб'єктів можна віднести продуцентів (виробників) інформаційних продуктів та їх консументів (споживачів). Подальша деталізація цього поділу можлива на підставі підходу С. Кулицького [23, с. 56] щодо суб'єктів інформаційних відносин. Мотивуючою обставиною віднесення інформаційної діяльності до сфери інформаційних відносин є міркування, згідно з яким у процесі інформаційної діяльності індивіди взаємодіють не лише з інформацією як своїм предметом та технікою як засобами цього процесу, а й з іншими людьми, тому виникають суспільні відносини. Тоді суб'єктами інформаційної діяльності є:

- населення (або домогосподарства), куди входять громадяни України та інших держав, а також особи без громадянства;
- комерційні організації, що є юридичними особами України та інших держав, включаючи приватних підприємців;
- некомерційні організації – юридичні особи України та інших держав;
- органи державної (центральної) влади та відповідного галузевого управління;
- органи місцевої влади, самоврядування та відповідного галузевого управління.

Що стосується інформаційних потреб, то середньоміжності підходів до тлумачення змісту інформаційних потреб обирається підхід, відповідно до якого інформаційна потреба – «це усвідомлення користувачем необхідності вивчення комплексу даних, що доповнюють початкові знання, через які суб'єкт інформаційної взаємодії вирішує об'єктивну проблему, що виникла перед ним у процесі взаємодії з навколишньою дійсністю і розв'язання якої пов'язано з підтримкою його діяльності в усвідомлений проміжок часу на оптимальному рівні» [24, с. 225]. Прикладаючи загальну класифікацію потреб, прийняту в економічній теорії, можна виділити такі

види інформаційних потреб за способом задоволення, а також із певним застереженням виділити рівні інформаційної діяльності:

- індивідуальні інформаційні потреби;
- колективні інформаційні потреби;
- суспільні інформаційні потреби.

Загалом інформаційну діяльність можна описати як процес, за якого суб'єкти, усвідомлюючи відповідні потреби, реалізують сукупність дій з інформацією (інформаційними ресурсами на «вході» та інформаційними благами на «виході» – у вигляді інформаційного товару чи послуги) і спрямовують її споживачам на визначених умовах (рис. 1).

При цьому, взявши за основу підхід М. Пората, можна уточнити процес і подати його в декількох аспектах:

- інформаційна діяльність, спрямована на створення ринкового інформаційного продукту, тобто для зовнішнього споживання (здебільшого це сфера роботи інформаційних агентств, консалтингових компаній, рейтингових агентств, комунікативні підрозділи органів державної влади, комерційні наукові розробки та ін.);
- інформаційна діяльність, спрямована на обробку інформації (наприклад, телекомунікаційні компанії);
- інформаційна діяльність, спрямована на внутрішнє споживання інформаційних продуктів (сфера роботи відділів маркетингу компаній, частина компетенцій відділів обліку та аудиту, сфера функціонування відділів внутрішніх комунікацій та ін.).

З погляду форм інформаційну діяльність в контексті економічних процесів можна розглядати як:

- діяльність індивідуальних акторів, спрямовану на задоволення індивідуальних інформаційних потреб;
- підприємницьку діяльність з метою отримання соціально-економічного ефекту – діяльність фізичних та юридичних осіб, основним продуктом яких є інформація та форми її переробки, наприклад знання;
- підприємницьку діяльність з метою отримання соціально-економічного ефекту, для якої інформація є субпродуктом;

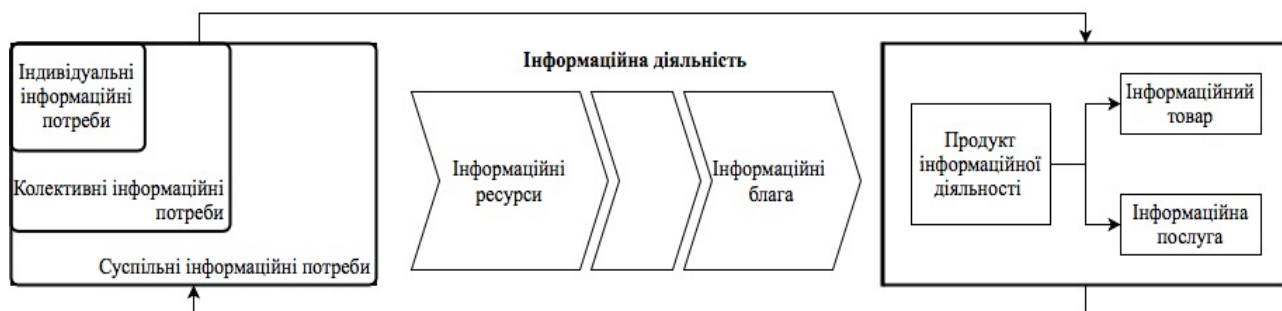


Рис. 1. Абстрактна система інформаційної діяльності

Джерело: розроблено автором

– складову частину роботи підприємства у ролі внутрішньої системи, що забезпечує та обслуговує функціонування основної діяльності;

– діяльність держави у ролі державних органів, спрямовану на задоволення інформаційних потреб індивідуальних, колективних суб'єктів, суспільства загалом, у тому числі в контексті зростання та розвитку національної економіки, захисту державних та національних інтересів.

Висновки з цього дослідження. В економічному сенсі автор пропонує розглядати поняття «інформаційна діяльність» як процес оперування інформацією, виробництва інформаційного продукту у вигляді інформаційного товару чи інформаційної послуги з метою задоволення інформаційних потреб.

У цьому дослідженні автор визнає рівними елементи системи інформаційної діяльності: суб'єкти, процес, засоби, інформаційні ресурси та інформаційні продукти, потреби. Водночас такий підхід є спрощеною моделлю, оскільки в реальності окремі елементи можуть мати більший вплив на результат діяльності чи взагалі бути відсутніми, однак при цьому не відбувається руйнації процесу виробництва інформаційного продукту. Визначення точної міри важливості кожного із запропонованих елементів становить один із напрямів покращення моделі та наближення її до економічних реалій.

До того ж, у цій роботі можливість економічно орієнтованої концептуалізації поняття «інформаційна діяльність» розглядається з погляду створення інформаційного продукту, що має споживчу вартість, тобто має власти-

вість задовольняти певний вид економічних потреб (інформаційних). І хоча автор розглядає категорію потреб як дещо універсальне, абстрагуючись від можливих специфічних рис, потреби є більшою мірою культурно зумовленими. У результаті можна спостерігати різницю в їх значущості для розвинених країн та тих, що розвиваються, чи найменш розвинених.

Водночас розглянутий підхід не є аксіоматичним і абсолютно не вичерпує можливість досліджень, обираючи вихідними інші положення. Так, відправним пунктом можна обрати такий елемент системи інформаційної діяльності, як суб'єкти, тоді вивчення інформаційної діяльності зсувається у площину людського капіталу та його впливу на місце інформаційної діяльності в системі національної економіки. Інший приклад зміни ракурсу економічної концептуалізації – дослідження інформаційної діяльності з погляду створення додаткової та доданої вартості інформації та інформаційних продуктів. Хоча останньому питанню західні науковці присвячують увагу ще з початку 1980-х років (див. наприклад [25]), українські вчені дещо менш активні в розробленні наукових положень цієї тематики. Крім того, перспективними напрямками подальших досліджень є відповіді на такі питання: яка частина ВВП створюється інформаційною діяльністю? Яким чином її виміряти та як вона впливає на економічний розвиток національних економік? Для пошуку відповідей на ці питання не менш важливим є визначення інституційних форм інформаційної діяльності. Дослідженню окресленої проблематики автор планує присвятити подальші роботи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Долфсма В. Провали государства. Общество, рынки и правила. Пер. с англ. Москва: Изд-во Института Гайдара, 2017. 256 с.
2. Боулз С. Моральная экономика. Почему хорошие стимулы не заменяют хороших граждан. Пер. с англ. Д. Шестакова. Москва: Изд-во Института Гайдара, 2017. 336 с.
3. Акерлоф Джордж, Шиллер Роберт. *Spiritus Animalis*, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Пер. с англ. Д. Прияткина, под научн. ред. А. Суворова, вступ. ст. С. Гуриева. М.: Юнайтед Пресс, 2011. 273 с.
4. Thivart E. Information seeking and use behaviour of economists and business analysts. *Information Research*. 2005. Vol. 4, № 4. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1082013.pdf> (дата звернення: 29.07.2018).
5. Nussbaumer P., Slembeck I., Lueg C., Mogicato R., Schwabe G. Understanding information seeking behaviour in financial advisory. *ISI*. 2009. URL: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/25264/2/Understanding_Information_Seeking_Behaviour_in_Financial_Advisory_FINALV.pdf (дата звернення: 30.07.2018).
6. Albers M.J. 2015. Human-Information Interaction with Complex Information for Decision-Making. *Informatics*. Vol. 2. P. 4–19. DOI: 10.3390/informatics2020004. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/9b42/f4296b461d44230d03789efc9735cc7d0829.pdf> (дата звернення: 30.07.2018).
7. Warwick C., Rimmer J., Blandford A., Gow J., and Buchanan G. Cognitive economy and satisficing in information seeking: A longitudinal study of undergraduate information behavior. *J. Am. Soc. Inf. Sci. Technol.* 2009. Vol. 60, № 12. P. 2402–2415. DOI: doi.org/10.1002/asi.21179.
8. Nonaka I., Umemoto K., Senoo D. (1996). From information processing to knowledge creation: A paradigm shift in business management. *Technology in Society*, 18. 2 SPEC. ISS. P. 203–218. DOI: 10.1016/0160-791X(96)00001-2.
9. Gellman R. Fair Information Practices: A Basic History. *Ssrn*. 2014. DOI: 10.2139/ssrn.2415020.
10. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 20.07.2018).
11. Жабинець О.І. Захист інформації та інформаційна безпека страхових компаній. *Економічний часопис-XXI*. 2014. № 7-8(2). С. 32–35. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_7-8\(2\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2014_7-8(2)_9) (дата звернення: 25.07.2018).

12. Шпак В.А. Організація захисту облікової інформації. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. 2015. № 2. С. 181–187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boaa_2015_2_27 (дата звернення: 25.07.2018).
13. Рева О.М., Смірнов О.О. Організація інформаційної діяльності підприємства. Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Техніка в сільськогосподарському виробництві, галузеве машинобудування, автоматизація. 2010. № 23. С. 29–33. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkntu_2010_23_8 (дата звернення: 25.07.2018).
14. Кузь В.І. Бухгалтерський облік як інформаційна складова процесу прийняття управлінських рішень. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2014. № 3. С. 100–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Rbetu_2014_3_17 (дата звернення: 25.07.2018).
15. Родіонов П.Ю. Інформаційна діяльність підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2016. № 2. С. 101–113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsed_2016_2_14 (дата звернення: 18.07.2018).
16. Цветкова О.М., Дмитракова О.О. Оптимізація засобів автоматизації інформаційної діяльності підприємства. Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві: зб. наук. праць. 2014. №. 5 (10). С. 126–132. URL: http://sbornik.college.ks.ua/downloads/sbornik5_10/pdf/15.pdf (дата звернення: 25.07.2018).
17. Норт Д.К. Понимание процесса экономических изменений / Пер. с англ.: К.К. Мартынов, Н.В. Эдельман; науч. ред.: А.В. Смирнов. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2010.
18. Porat M.U. The Information Economy: Definition and Measurement. Foundation, National Science. 1977. DOI: 10.1016/B978-0-7506-7058-6.50012-0.
19. Лаваль К. Человек экономический. Эссе о происхождении неолиберализма. Пер. с фр. С. Рындина. М.: Новое литературное обозрение, 2010. 432 с.
20. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. Пер. М. Добряковой. Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 131–158.
21. Волков В.В. Силовое предпринимательство, XXI век: экономико-социологический анализ. Изд. 3-е, испр. и доп. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2012. 352 с.
22. Уолдинггер Р., Олдрич Х., Уорд Р. Этнические предприниматели / В сб.: Радаев В.В. (сост. и науч. ред.). Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН; 2004. С. 340–365.
23. Кулицький С.П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління: навч. посібник. К.: МАУП, 2002. 224 с.
24. Августин Р.Р., Богач Ю.А. Управління інформаційними зв'язками: навч. посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 240 с.
25. Taylor R.S. Value-Added Processes in the Information Life Cycle. Journal of the American Society for Information Science. 1982. Vol. 33, № 5. P. 341–346. DOI: 10.1002/asi.4630330517.

COMPARISON OF THE STABILIZATION MACROECONOMIC POLICY IN THE CENTRAL EUROPEAN COUNTRIES AS A BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF ANTI-CRISIS STRATEGY IN UKRAINE

ПОРІВНЯННЯ СТАБІЛІЗАЦІЙНОЇ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЇ ЄВРОПИ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ В УКРАЇНІ

Kalinovskyi R.O.

Postgraduate Student

Department of Economic Theory, Macro and Microeconomics,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

The article discusses the stabilization measures aimed at overcoming the crisis phenomena in the economy. Their implementation by the governments of the countries of Central Europe is examined. Implications of these economic policies are analysed. Goals and results of activities of central European countries' governments are compared. The expediency of the use of certain elements of anti-crisis strategies in the economic policy of Ukraine is justified.

Key words: stabilization policy, anti-crisis measures, fiscal instruments, monetary instruments, post-crisis recovery.

У статті розглядаються стабілізаційні заходи, спрямовані на подолання кризових явищ в економіці. Досліджується їх впровадження урядами центральноєвропейських країн. Аналізуються наслідки вищезазначених економічних політик. Порівнюються цілі і результати діяльності урядів центральноєвропейських країн. Обґрунтовується доцільність застосування певних елементів антикризових стратегій в економічній політиці України.

Ключові слова: стабілізаційна політика, антикризові заходи, фінансові інструменти, монетарні інструменти, посткризове відновлення.

В статье рассматриваются стабилизационные меры, направленные на преодоление кризисных явлений в экономике. Исследуется их внедрение правительствами центральноевропейских стран. Анализируются последствия вышеупомянутых экономических политик. Сравниваются цели и результаты деятельности правительств центральноевропейских стран. Обосновывается целесообразность применения определенных элементов антикризисных стратегий в экономической политике Украины.

Ключевые слова: стабилизационная политика, антикризисные меры, фискальные инструменты, монетарные инструменты, посткризисное восстановление.

Statement of the problem. In conditions of low economic growth, inflation and devaluation of the national currency, it is extremely important to find ways to overcome the negative effects of the aforementioned processes and phenomena.

The global financial and economic crisis of 2008–2009 years has destroyed the balance of many economies in the world. The neighbours and partners of Ukraine, like Poland, Latvia, Lithuania, and Estonia, applying the opposite strategies of post-crisis development, have achieved significant results in overcoming the negative phenomena in the economy that caused the research in this area. The relevance of the study also stems from the fact that these countries serve as benchmarks for Ukraine economic policy because after the collapse of the socialist system, starting from similarities with Ukrainian conditions they were

able to build quickly a functioning market economic system.

Analysis of recent researches and publications. The study dedicated to the ways and methods of the crisis phenomena overcoming in the Ukraine economy using the central European countries' experience was developed in works of such scientists as Homutenko L. [5], Alekhovich A. [6], Kopych G. [9], Tymkiv S. [12], and others.

This study examines, among other things, such unresolved part of the general problem as the comparison of two radically different theoretical approaches to overcoming the crisis on the example of the application of these approaches by the partner countries of Ukraine.

The purpose of the study is to examine and compare the ways of overcoming of the crisis phenomena in the economies of European countries –

partners of Ukraine and the rationale of selection of some elements of their crisis strategies for the sustainable development of the Ukrainian economy.

Results. The economic stability of the country today depends on internal and external factors. Actually, the main domestic factors include the effectiveness of monetary and fiscal policy instruments, and the external there may be various factors that directly or indirectly affect the stability of economic processes (e.g. global financial crisis). It is worth to note that along with various observed factors the inevitable constant cyclical fluctuations of the economy, which may change due to the above factors or their combinations in the positive or negative side for the economy. As for external factors, the country can only accept them and try to reduce the negative effects on economic processes. However, successful use of internal factors of influence can form an effective stabilization policy of the country for the preventive management of crisis situations [1].

One of the important tools of cyclical fluctuations regulation in the country may be the introduction of a stabilization monetary policy. The goal of the state monetary stabilization policy is ensuring stable economic growth, efficient use of financial resources, the stability of price level, the balance of payments equilibrium, and the like. That is, monetary policy is an essential element of the stabilization policy of the country.

In Ukraine, the monetary policy instruments are actively used in macroeconomic regulation but, unfortunately, not fully utilized in order to stabilize cyclical fluctuations in the economy. In industrialized countries, one of the main goals of the monetary policy instruments is preventive regulation on the stages of declining and limitations of unconfirmed rapid growth in the use of financial resources for preventing the formation of financial bubbles and crises [2, p. 31].

Most scientists believe that there is a close relationship between fiscal and monetary policy, and in respect of use priority in the stabilization policy positions differ somewhat. Thus, in particular:

– *the classic approach* to stabilization policy implies that monetary policy has to be in the foreground compared to the fiscal, because, according to representatives of this research area, changing the money supply directly affects aggregate demand and hence nominal GDP, and the fiscal measures actually entail only an increase in the level of inflation;

– *Keynesian approach* to stabilization policy implies that monetary policy is derived from the fiscal, and its tools are used as a secondary. According to Keynesians, government spending affects the aggregate demand in the country, and the taxes quite effectively affect consumption and investment [3].

Searching for the economic situation during the world financial crisis, we can find the next figures showing changes in the macroeconomic development indicators of certain countries of Central Europe:

As we can see, only Poland among these countries (and even among all the EU countries, as we know) had the GDP increase during the world crisis. That is why we will investigate the Polish experience first of all.

Let us consider what macroeconomic policy instruments and their combinations central European countries used to counter the crisis in the national economy.

It would appear, to the outsider, that **Poland** maintained a certain level of immunity to the financial crisis. Regardless, the global financial crisis has had an impact on Poland, its economy, and its public finances. Despite the significant positive economic gains that were being made during the two years previous to the crisis, Poland's interdependence on its neighbours quickly slowed its growth [4, p. 39].

Effective stabilization of the Polish financial system occurred due to a combination of forms, methods, and mechanisms of realization of the anti-crisis model. In particular, there were applied the following steps:

– to reduce pressure on the monetary and financial markets and maintain the competitive position

Tab. 1.

**Unemployment rate and changes in the macroeconomic development indicators
of some countries of Central Europe in 2009 compared with 2008, %**

Countries	Indicators				
	GDP	Industrial production	Export	Import	Unemployment rate
Estonia	-14.2	-	-24.0	-33.0	14.3
Lithuania	-15.0	-	-26.6	-38.2	13.7
Poland	+1.7	-3.2	-8.8	-17.5	11.9
Macedonia	-1.8	-7.7	-32.3	-26.4	15.0
Romania	-7.1	-5.5	-13.9	-32.3	7.8
Slovakia	-6.7	-14.6	-21.8	25.2	12.9
Hungary	-6.3	-17.7	-18.7	-25.2	10.5
Czech Republic	-4.1	-13.4	-24.2	-27.6	9.2

Source: the author's own elaboration

of exporters were implemented a flexible exchange rate and the zloty devaluation;

- to stimulate economic growth and promote the competitiveness of domestic producers was carried out the reduction of certain taxes;

- conducted a controlled credit policy (before the crisis, lending to households were at the level of 16% of GDP, while the average for EU countries accounted for 50% of GDP).

“Since 2008, the Polish credit market was characterized by a decrease in the rate of growth in both commercial and consumer loans and also credits in foreign currency with a simultaneous increase of requirements to potential borrowers” [5, p. 94].

Thanks to the transparency of the banking system and adequate forms and instruments of stabilization policy, the counteraction to the crisis was successful. Taking into account the increase in stress on the Polish financial market because of panic on the world markets, in October 2008 the National Bank of Poland has prepared a program of action to stabilize the financial system – the so-called “Confidence package”.

The National Bank of Poland started to support the liquidity of the banking sector in national currency through repo transactions with maturities up to three months. Credit and deposit operations carried out at the initiative of commercial banks were aimed at short-term liquidity maintaining, as well as the allocation of banks funds to one-day periods in the Central Bank. These operations prevented excessive fluctuations in interest rates on the inter-bank market [6].

In response to the caused by the global economic crisis significant deterioration of economic growth prospects in Poland and its trading partners, and the consequent expected decline in inflation in the medium term, the monetary policy Council started to apply stimulus measures. A significant easing of monetary policy caused a gradual increase in business activity in the Polish economy since the second quarter of 2009. From November 2008 until June 2009, the monetary policy Council cut interest rates six times. Refinancing rate of the National Bank of Poland was reduced from 6.5% to 3.5%, that is, to a historic low. In addition, there was the reduction in reserve requirements from 3.5% to 3.0% [7].

In the next months, the Monetary Policy Council kept interest rates at the same level. At elevated current inflation, real interest rate also dropped to historically low levels, and since March 2009 has been kept at a level close to zero. The continuation of the cheap money policy has helped to return the economy to the potential level of growth.

According to the new Polish legislation, budgeting process was concentrated at the local level, including more standardized and transparent ways to demonstrate local level revenue and expenditures – especially by forcing local governments to consolidate their budgetary units. This is extremely challenging to local agencies in Poland. For exam-

ple, in 2007, there were more than 600 auxiliary units of local government budget and over 2,000 local government budgetary establishments, of which a significant (although difficult to quantify) part is subject to complete liquidation [8].

In our opinion, the Polish path will be enough effective in conditions of Ukraine's economy, because the stimulus measures will revive consumer and investment demand in the country amid the healthy banking system functioning that will overcome crisis phenomena and will cause further economic growth.

Also interesting is the experience of macroeconomic adjustment of the Baltic countries (*Estonia, Latvia, and Lithuania*) economies due to the need to overcome the deep economic downturn of 2008 and 2009.

Although the severity of the macroeconomic imbalances accumulated during the boom years differed in all three countries, there are important similarities, not only in the economic development of these countries in recent years but also in strategies to address these imbalances. This process is not yet completed; however, the experience of the Baltic States could be useful for macroeconomic adjustment in countries that do not have nominal exchange rate flexibility as a mechanism of regulation.

In the years immediately preceding the global financial and economic crisis, the Baltic economies grew extremely fast, which was characterized by strong capital inflows and accommodative macroeconomic policies. Despite the rapid economic growth, overly optimistic expectations and excessive credit growth led to a boom in demand in the domestic market, which ultimately proved to be unsustainable. This boom led to high inflation, in which wage growth significantly exceeded labour productivity growth, and this has significantly accelerated the growth of real estate prices and of a current account deficit.

When in late 2008 the crisis came, the imbalances in all three Baltic countries made the region vulnerable to the growth of the risk expectations and of the sharp reductions in capital inflows. At the same time, the collapse in world trade affected the status of the Baltic export. As a result of these financial and trade shocks, the Baltic economies suffered heavy losses. Therefore, real GDP in 2009 returned to around the same level that it was in 2005.

The banking system in all three countries has undergone different degrees of difficulties associated with financing. In Latvia, these contradictions led to the fall of several large commercial banks, which forced the authorities to seek international financial assistance in the form of a restructuring program led by the EU and the IMF.

Although there were some differences in terms of macroeconomic, fiscal and financial imbalances of the Baltic countries economies, all three countries have embarked on similar adaptation strategies. The key element was to maintain a strict fixed

national currency exchange rate regime against the Euro. In addition, all the countries got benefits from the fact that the degree of the labour and commodity markets flexibility before the crisis was quite high, which greatly facilitated the regulation. Stabilization was achieved by a combination of macroeconomic policies and market mechanisms that are based, in varying degrees, on the following *four elements*:

1) *First*, in the absence of nominal exchange rate flexibility, any real rate difference had to be offset by cuts in wage costs, combined with a productivity improvement. Regulation of wages was carried out in the market (due to a sharp decline in the labour demand), and in the public sector, where the macroeconomic policy was aimed at reducing public expenditure on wages.

The balance of the labour market was achieved not only by wages reducing but also by employment reducing, working hours reducing, and restructuring of production processes. As a result, the cost of labour per unit of output has decreased significantly, partially offsetting the previous losses of enterprises.

2) *Second*, a significant part of budget expenditures was directed to the transition of the countries' financial status on a sustainable path, lowering sovereign funding needs and restoring confidence in the market. The budget balancing was achieved primarily by reducing of public expenditure, although it was also implemented by a certain taxes increase.

Further efforts were directed at strengthening the foundations of the fiscal policy implementation and increasing the budgetary procedures transparency. As a result, in Estonia, in 2010 there was a slight budget surplus.

In general, during an economic downturn, the financial state of Estonia has deteriorated less than in other Baltic countries, and its fiscal policy was quite prudent, and has been oriented to the medium term financial mechanism, which included, for example, strict adherence to the rules of a balanced budget and maintaining an effective system of tax collection.

3) At that time, as the Baltic countries were already considered sufficiently flexible in relation to the crisis, the *third element* of the balancing strategy in the structural reforms composition was the focus on increasing the level of market flexibility and further economic growth in the medium term by implementing the following measures aimed at the development of the labour and product markets, such as:

- amending labour laws to enhance the flexibility of the labour market;
- improving the business climate;
- simplification of tax administration procedures;
- supporting exporting companies;
- combating the shadow economy.

4) *Fourth*, the balancing strategy included measures to strengthen financial stability and

reduce the debt burden of the private sector. Primarily the monetary authorities of the countries focused on the provision of liquidity in banks and (temporarily) the monitoring requirements reducing for immediate relief of the banks' burden in terms of deteriorating quality of banks' loan portfolios in the economic downturn. As a result, financial stability was maintained within the range acceptable for the economy.

Quite unusual was the Latvian experience. It shows that since the deployment of crisis phenomena the success can be achieved through non-traditional stabilization measures; it is important that these government measures were adequate and effective and responded to the situation that prevailed in the country. Therefore, the government of V. Dombrovskis in March 2009 proposed more radical economic instruments for the Latvian economy's stabilization.

To combat the recession, the experts of the International Monetary Fund recommended Latvia to resort to the devaluation of the national currency. However, the Dombrovskis government did not go for it, explaining its decision by the fact that since the 1990s the course of the lat was fixed (initially pegged to the IMF's currency basket, and after the accession to the EU – to euros), therefore, the proposed devaluation could significantly worsen the condition of the banking system. In addition, it would have vast negative consequences for business and people. Since the economy of Latvia was quite open, the benefits that Latvian exporters could gain from devaluation because of reducing the cost of production very quickly would have been lost due to the growth of prices for imported energy and other commodities [9].

According to the Latvian government, the devaluation of the national currency would have more negative impacts due to impairment of savings, reduction of wages and social payments, and unemployment growth in response to fiscal measures. Stabilization policy in Latvia stipulated, firstly, the VAT increase from 18% to 21% and subsequently to 23%. Secondly, to improve the budget balance expenses were reduced by 15%, which meant, primarily, the reduction of wages in the public sector by 25%, the rejection of public investments, reducing expenditure on education, science, culture, defence, healthcare system, the abolition of subsidies for agriculture. In addition, new taxes on property and wealth were implemented, as well as a number of other unconventional measures [10, p. 25].

Therefore, the priority objective of the Latvian government's stabilization policy was to ensure a stable exchange rate of the national currency. As noted Dombrovskis, owing to this approach, the cost of the banking system stabilizing was less than 5% of GDP, while according to preliminary IMF estimates, these funds could reach 15-20% of GDP. In addition, in their opinion, this was able to reduce the stratification of society, since the devaluation of the lat would provide benefits to the oligarchs at

the expense of the poor. However, the policy of the Latvian government was differentiated: first of all, there was a reduction of large salaries in the public sector, while the reduction of wages in the private sector was only 6% [9].

Although Latvian officials believe that this macroeconomic strategy was successful during the crisis, for Ukraine, in our opinion, such a scenario is not desirable. As we know from the experience of the great depression, for the crisis escaping, it is more efficient for the country to use the stimulating fiscal policy. Thanks to this, the population and the enterprises get the possibility of recovery of their economic activity, which leads to aggregate economic growth in the country. At the same time, the restriction measures in Ukraine will only deepen the existing poverty and, therefore, will contribute to the production volumes reduction.

Economists at the International Monetary Fund in their post-crisis study outlined the general principles of the future macroeconomic policy taking into account the experience gained in dealing with crises. Today, these experts are much more restrained: the idea was that Central banks should move from an approach based mainly on one target and on use of a single tool (the level of inflation and interest rates) to approach with a large number of targets and instruments. Two years later the target set choice and the set of tools remain controversial [11, p. 4]. There are no convincing arguments in favour of expedience of targeting by central banks such variables as the level of business activity (output), the financial stability or the exchange rate [12].

Conclusions. The global financial and economic crisis of 2008–2009 years in varying degrees affected all the market economies in the world, so a study of the dealing with the crisis foreign countries' experience can suggest effective ways to overcome the negative processes and phenomena in the Ukrainian economy.

Stabilization of the *Polish* financial system occurred through a wide range of monetary and fiscal measures, the main ones were as follows:

- for reducing pressure on the monetary and financial markets and for maintaining the exporters'

competitive position have implemented a flexible exchange rate and the devaluation of zloty;

- for economic growth stimulation and promotion of the domestic producers' competitiveness was carried out the reduction of certain taxes;
- provided a credit policy control.

Stabilization policy in *Estonia, Latvia, and Lithuania* was based primarily on these elements:

- cutting payroll costs in combination with productivity improving;
- lowering sovereign funding needs;
- simplification of tax administration procedures;
- increasing flexibility of the labour market;
- improving the business climate;
- combating the shadow economy;
- supporting exporting companies;
- strengthening financial stability;
- restoring the public confidence in the market;
- reducing the debt burden of the private sector.

As you can see, Poland in its anti-crisis activities was primarily based on the instruments of monetary stabilization policy, while the Baltic countries mainly used fiscal levers to influence the economy. The ultimate goals in the compared countries were also different: Polish officials have directed their efforts to revive the money market and to stimulate the economic growth, and the Baltic countries, first of all, tried to equalize the public budget imbalances.

Overall, it can be argued that there was no consensus among scientists regarding the degree of efficiency of monetary or fiscal policy measures during the tough financial and economic crisis and post-crisis recovery. However, if we compare the above methods, taking into account Ukrainian realities, more effective, in our opinion, would be the Polish approach to dealing with the crisis, because in conditions of the Ukrainian people total impoverishment the state should first conduct promotional steps for the fastest economic stabilization and stimulate effective demand to ensure economic growth in the country.

A promising direction for further research is an in-depth analysis of the macroeconomic stabilization policies impact in Poland and the Baltic countries and the practical adaptation of their achievements to overcome crisis phenomena in Ukraine.

REFERENCES:

1. Bazylevych V.D., Bazylevych K.S., Balastryk L.O. Macroeconomics. Kyiv, 2007. 703 p.
2. Savchenko K. World Experience of Implementing the Tools of Monetary Policy to Stabilize Cyclical Fluctuations. *Financial Law*. 2011. Vol. 4(18). P. 31–34.
3. Kulakov M. The State as a Subject of Economic. *Bulletin of Moscow University*. 2010. Vol. 6. P. 13–22.
4. Reichardt A. Poland and the Global Economic Crisis: Observations and Reflections in the Public Sector. *Journal of Finance and Management in Public Services*. 2011. Vol. 10. P. 38–48.
5. Homutenko L. Poland during the Global Financial Crisis: a Successful Confrontation. *International Banking Competition: Theory and Practice*. 2011. Vol. 2. P. 93–95.
6. Alekhnovich A. Macroeconomic Stabilization in Poland during the Global Crisis in 2008-2009: Possible Lessons for Belarus. Minsk, 2010.
7. NBP. *Polska Wobec Światowego Kryzysu Gospodarczego*. Warszawa, 2009.
8. Cieślak R., Wojciechowski Z. *Zbliża Się Termin Likwidacji Gospodarstw Pomocniczych i Części Zakładów Budżetowych*. Warszawa, 2010.

9. Kopych R. Non-Standard Reaction of Voters in the Baltic States on the Fiscal Consolidation Program. *Bulletin of the Commercial Academy*. 2013. Vol. 41. P. 24–34.
10. Panchenko Y. The IMF has Recommended us to Devalue. But We Refused. URL: <http://www.eurointegration.com.ua/interview/2014/09/24/7026248/> (Access on: 20.12.2017).
11. Blanchard O., Dell Ariccia G., Mauro P. Rethinking Macroeconomic Policy II: Getting Granular. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2013/sdn1303.pdf> (Access on 21.12.2017).
12. Tymkiv S. Monetary Instruments of Stabilization Policy in Ukraine. Lviv, 2015.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.92

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН УКРАЇНИ

THE INFLUENCE OF GLOBALIZATION PROCESSES ON THE FINANCIAL STATE OF UKRAINE

Алексєєва Т.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Адоніна Л.Е.

магістр міжнародних економічних відносин,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

У статті проаналізовано сутність глобалізації, її види та особливості. Досліджено вплив глобалізаційних процесів на функціонування фінансового ринку України. Визначено шляхи вирішення проблем у зовнішньоторговельній, інвестиційній діяльності України та подальші напрями економічного розвитку країни в умовах інтеграції та глобалізації.

Ключові слова: глобалізація, інтеграція, фінансовий ринок, прямі іноземні інвестиції, експорт, імпорт, зона вільної торгівлі, географічна структура торгівлі, індекс глобалізації, інвестиційна привабливість.

В статье проанализирована сущность глобализации, ее виды и особенности. Исследовано влияние глобализационных процессов на функционирование финансового рынка Украины. Определены пути решения проблем во внешнеторговой, инвестиционной деятельности Украины и дальнейшие направления экономического развития страны в условиях интеграции и глобализации.

Ключевые слова: глобализация, интеграция, финансовый рынок, прямые иностранные инвестиции, экспорт, импорт, зона свободной торговли, географическая структура торговли, индекс глобализации, инвестиционная привлекательность.

The article analyzes the essence of globalization, its types and features. The influence is investigated of globalization processes on the functioning of the financial market of Ukraine. Identified the ways of solving the problems in the foreign trade and investment activity of Ukraine and the further ways of the country's economic development in conditions of integration and globalization.

Key words: globalization, integration, financial market, foreign direct investment, export, import, free trade zone, the geographical structure of trade, the index of globalization, investment attractiveness.

Постановка проблеми. Однією з головних тенденцій, що характеризує сучасний розвиток світової економіки, є глобалізація. Починаючи з останнього десятиліття ХХ ст., глобалізація є однією з найсуттєвіших тенденцій розвитку людства, особливо у фінансовій сфері. Для України в ХХІ ст. проблема дослідження глобалізаційних процесів та їх вплив на економічний розвиток України набуває особливої актуальності, адже процеси глобалізації сучасної світової економіки стають дедалі інтенсивнішими. З огляду на відкритий характер української еко-

номіки, саме вплив цих процесів характеризує проведення ефективної державної політики. Для цього необхідним є встановлення тісніших взаємовигідних торговельних зв'язків з іншими державами, фінансова стабільність, зростання макроекономічних показників тощо. Саме тому сьогодні виникає потреба дослідити процес впливу глобалізації на фінансовий стан України, а також знайти ефективні методи регулювання для стабілізації української економіки [1, с. 16].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями дослідження глобалізаційних проце-

сів та їх впливу на економічний розвиток займа-лося чимало українських дослідників, зокрема А. Голіков, Н. Біленька, М. Головнін, Р. Войтович, А. Гальчинський, З. Луцишин, Д. Малащук, О. Римар, В. Новицький, О. Плотніков, О. Рогач, А. Філіпенко [1–3]. Серед зарубіжних учених особливої уваги заслуговують роботи Б. Балашши, Е. Роуза, Ф. Рута, Дж. Сороса та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на підвищений інтерес науковців до обраної проблематики, дослідження процесів впливу глобалізації на економічний розвиток України потребує більш значної уваги до цієї теми. Глобалізація як економічне та суспільне явище має двоїстий характер, що проявляється як у нових можливостях, так і у загрозах. Тому вкрай важливо ретельно дослідити сутність, природу та тенденції глобалізації. Це дасть змогу розробити економічні механізми й інструменти адаптації та мінімізації її негативного впливу на національну економіку.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження основних тенденцій розвитку процесів глобалізації та її впливу на фінансовий стан економіки України. Для цього необхідно сформулювати такі цілі:

- визначити сутність глобалізації, її переваги та недоліки;
- встановити особливості розвитку торговельно-економічних відносин та інвестиційної привабливості України в умовах глобалізації;
- розробити пропозиції щодо інтеграції національної економіки у світовий економічний простір у контексті сучасних подій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобалізація помітно впливає на економіку всіх країн, і цей вплив має багатоаспектний характер, який стосується виробництва товарів і послуг; використання робочої сили; інвестицій у «фізичний» і людський капітал; технології та їх передачі з одних країн в інші. Це впливає на ефективність виробництва, продуктивність праці і конкурентоспроможність продукції. В останні роки у світі надзвичайно інтенсивно зростають масштаби світової торгівлі та інші процеси між-

народного обміну, що приводить до посилення інтеграційних та глобалізаційних процесів. При цьому світова економіка стає більш відкритою, що сприяє вільній торгівлі товарами та послугами, руху капіталу, спрощенню переміщення факторів виробництва між різними державами на користь зменшення витрат на працю і природні ресурси [2, с.40].

Процес глобалізації міжнародної економіки не оминає й Україну, яка поступово займає своє місце в системі нових міжнародних економічних відносин і активно впливає на всі аспекти економічного розвитку України.

Пріоритетними напрямками розвитку економіки України в умовах глобалізації можна вважати: активізацію руху капіталу; інформаційно-технічну революцію; розвиток інтеграційних тенденцій; реструктуризацію економіки; системну ринкову трансформацію; сприяння руху факторів виробництва; інтеграцію підприємств до світових комунікаційних мереж; активізацію участі в роботі міжнародних організацій та інтеграційних угруповань [3, с. 72].

Таким чином, економічна глобалізація здійснюється в декількох напрямках: глобалізація виробництва та торгівлі, фінансова глобалізація, трансформація механізмів міждержавного регулювання світової економіки.

В Україні є достатні умови для того, щоб активно інтегруватися в загальноцивілізаційні світові процеси. Вагомим видом міжнародних економічних процесів виступають торговельні відносини. Цьому сприяла Угода про асоціацію між Україною та ЄС, яка набула повної чинності з 1 вересня 2017 р., включаючи створення поглибленої і всеосяжної зони вільної торгівлі між Україною та країнами ЄС [4]. Аналіз експортно-імпоротної діяльності України наведено в табл. 1.

За даними табл. 1 видно, що динаміка експортно-імпоротної діяльності України мала переважно нестабільний характер. Упродовж періоду з 2010 по 2013 рр. спостерігалася стала схильність домінування імпорту над експортом, що призводило до негативного сальдо зовнішньоторговельного обігу.

Таблиця 1

Експортно-імпортна діяльність України

Показники	Значення за роками							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Експорт товарів і послуг, млрд. дол. США	63,3	82,6	82,9	77,6	65,4	47,9	46,2	43,3
Імпорт товарів і послуг, млрд. дол. США	66,2	88,8	91,4	84,5	60,8	43,0	44,6	49,6
Темпи зростання, % до попереднього року:								
– експорт товарів та послуг	127,1	130,5	100,4	93,6	84,3	73,2	96,5	93,7
– імпорт товарів та послуг	130,8	134,1	102,9	92,5	72	70,7	103,7	111,2
Коефіцієнт покриття імпорту товарів експортом, %	95,6	93	90,7	91,8	107,6	111,4	103,6	87,3

Джерело: побудовано авторами на основі [5]

Найбільш значні зміни припали на період 2014–2016 рр., експорт товарів та послуг якого мав тенденцію до збільшення над імпортом, що привело до зростання зовнішньоторговельного обігу на 7,6%, 11,4% та 3,6% відповідно. Однак загалом за період із 2015 по 2017 рр. спостерігається тенденція до зменшення надходжень до бюджету від експортно-імпортної діяльності України порівняно з 2012 роком.

Основними причинами зниження експорту та імпорту упродовж аналізованого періоду були:

1. Зменшення світових цін на товари із низькою доданою вартістю, тобто сировину та матеріали (основні експортні позиції в Україні).

2. Антидемпінгові заходи Європейського Союзу (щодо сталевих канатів і тросів, круглих зварних труб та інших позицій українського експорту).

3. Девальвація національної валюти, що привела до зростання цін на імпортовані товари.

4. Звуження внутрішнього споживчого попиту на імпортовані товари із боку населення унаслідок зниження купівельної спроможності через високу інфляцію.

Аналіз показав, що вже декілька років поспіль Україна у загальному рейтингу глобалізації світових економік знаходиться у п'ятдесятці найбільш глобалізованих країн світу. До списку глобалізованих держав світу, за даними 2017 фінансового року, потрапили 207 країн, перше місце в якому зайняли Нідерланди, Індекс глобалізації якої становив 92,84. Друге місце за рівнем глобалізації належить Ірландії (92,15), а третє – Бельгії (91,75).

Україна відповідно до рейтингу 2017 року зайняла 45 місце з Індексом глобалізації 70,24 (рис. 1).

Аналіз динаміки Індексу глобалізації України показав, що у 2012 р. цей показник становив 68,48 і впродовж досліджуваного періоду спостерігалось його поступове зростання. Такою ж була тенденція і його складників – індексів глобалізації в соціальній та економічній сферах. Що ж стосується індексу глобалізації в політичній сфері, то починаючи з 2012 року він не зазнавав зниження і залишався стабільним, і лише в 2017 році ця тенденція змінилася і він почав знижуватися, досягаючи значення 84,9.

Україна поступово інтегрується до міжнародних фінансових ринків, і наслідки глобалізаційних процесів стають дедалі відчутнішими для української економіки. Позитивний чи негативний

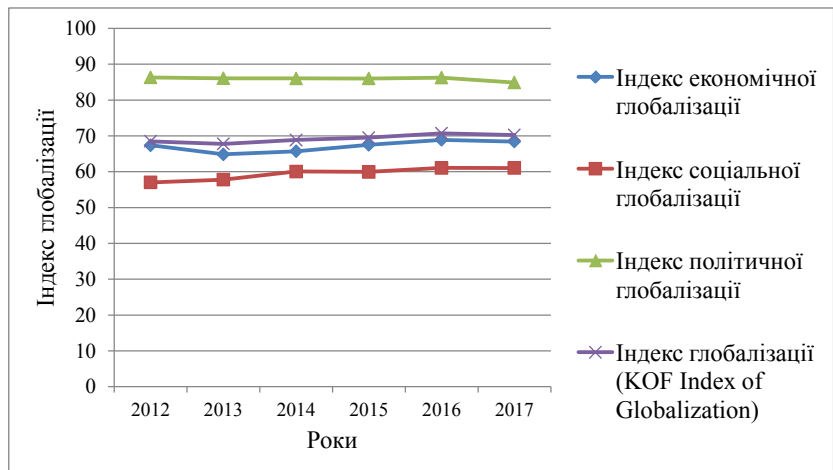


Рис. 1. Динаміка Індексу глобалізації України

Джерело: побудовано авторами за матеріалами джерела [6]

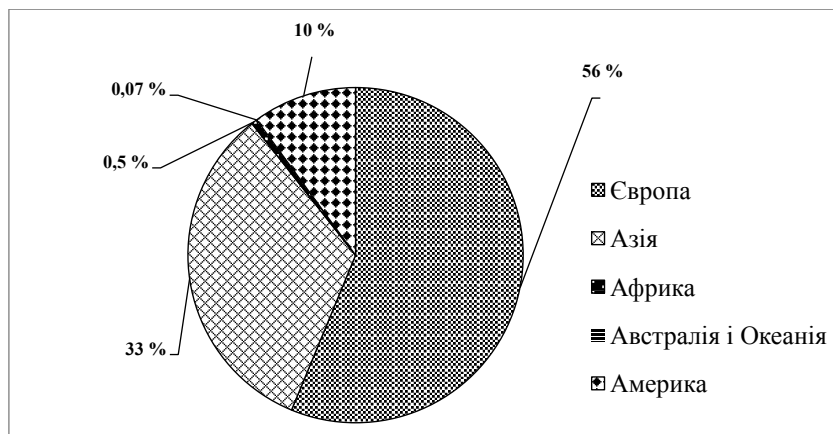


Рис. 2. Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) із країн світу в економіку України у 2017 році

Джерело: побудовано авторами за матеріалами джерела [7]

вектор змін від глобалізації залежить від рівня розвитку економічної та фінансової систем країни. При цьому необхідно враховувати той факт, що чим могутніша фінансова система країни, тим більше позитивних результатів вона може отримати від процесу глобалізації [7]. До показника, за рахунок якого в останні роки покращився індекс економічної глобалізації України, належить приріст прямих іноземних інвестицій.

Аналізуючи інвестиції в економіку країни, слід звернути увагу на географію прямих іноземних інвестицій (рис. 2).

Аналіз прямих іноземних інвестицій з країн світу в економіку України показав, що найбільша частка інвестицій в Україну надходить з Європи (56%), Азія знаходиться на другому місці країн-інвесторів України. Америка займає третє місце завдяки Віргінським Островам, які інвестували в Україну 1715,0 млн. дол. США.

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) у вартісному вимірі з країн світу в економіку України наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Прямі іноземні інвестиції з країн світу в Україну, млн. дол. США

Країни	Станом на:				
	01.10.2013	01.10.2014	01.10.2015	01.10.2016	01.10.2017
1	2	3	4	5	6
Усього	56565,2	48522,6	43949,4	45152,2	35764,5
у тому числі:					
Кіпр	18712,0	15119,6	12187,6	11035,1	9925,4
Нідерланди	5504,0	5209,2	5702,0	5910,7	6326,1
Німеччина	6194,8	5769,6	5460,4	5446,0	1741,0
Російська Федерація	3842,1	2957,2	2962,8	4618,7	4598,4
Австрія	3216,4	2676,0	2639,6	2601,1	1307,3
Велика Британія	2724,4	2326,4	1948,7	1888,0	2155,8
Віргінські Острови	2452,4	2005,3	1863,3	1793,1	1653,2
Франція	1843,0	1648,2	1547,2	1533,2	1334,1
Швейцарія	1277,5	1393,9	1369,5	1475,4	1562,2
Італія	1259,0	1047,0	969,1	1158,2	1121,1
Польща	831,8	821,9	565,1	789,4	800,4
США	985,8	886,6	793,4	712,6	783,5
Беліз	1036,6	736,7	704,9	540,3	438,6
Інші країни	6685,4	5925,0	551,4	4859,5	2017,4

Джерело: складено авторами за матеріалами джерела [5]

Аналіз табл. 2 показав, що до десятки основних країн-інвесторів України, на які припадає 83,1% загального обсягу прямих інвестицій станом на 01.10.2017 р., входять: Кіпр, Нідерланди, Німеччина, Російська Федерація, Австрія, Велика Британія, Віргінські Острови (Брит.), Швейцарія, Італія, Польща. Найбільшим інвестором серед перелічених країн залишається офшорна зона – Кіпр (9925,4 млн. дол. США).

Покращити інвестиційний клімат країни можливо за рахунок різноманітних заходів: забезпечення чіткого правового поля інвестиційної діяльності; макроекономічної та політичної стабільності; запровадження податкових та митних пільг, дотацій, субсидій, субвенцій і бюджетних позик на розвиток пріоритетних сфер галузей економіки; подолання бюрократичних бар'єрів, корупції, забезпечення правового захисту інвестицій, покращення інформаційного забезпечення та інвестиційної інфраструктури.

З метою поліпшення інвестиційного клімату необхідно провести ефективну політику зі зниження інфляції та інфляційних очікувань, а також врегулювати проблему державного боргу, забезпечити процедуру захисту прав власників та інвесторів. Тобто створити такі сприятливі умови, за яких підвищиться міжнародний імідж країни, а інвестор буде зацікавлений працювати на території України на довгострокову перспективу. Також слід зазначити, що головним завданням залучення іноземних інвестицій є сприяння довгостроковим цілям розвитку та підвищення конкурентоспроможності [7].

Показники обсягу зовнішніх активів і зобов'язань України свідчать про високий ступінь охоплення глобалізаційними процесами національних фінансових відносин. Динаміка міжнародної інвестиційної позиції України наведена на рис. 3.

Аналіз рис. 3 показав, що динаміка активів і пасивів міжнародної інвестиційної позиції України має позитивну тенденцію до 2015 р. Починаючи з 2016 р. спостерігається деяке уповільнення темпів зростання зовнішніх активів і пасивів України у післякризовий період. Це зумовлено тим, що інвестування в Україну значною мірою відбувається за моделлю слабозвинених країн. Україна є ареною боротьби за збут, а не місцем вкладання капіталу з метою налагодження виробництва чи з метою ефективного виробничого включення у світовий поділ праці.

Структура припливу іноземних інвестицій в Україну є далеко не оптимальною і зовсім не відповідає структурі інвесторів, що діють у розвинених країнах. Основна маса іноземних інвесторів в Україні просто намагається поліпшити свій фінансовий стан за рахунок операцій на українському ринку. Це або фірми-аутсайтери, які не витримали конкуренції в своїй країні, або дрібні фірми з обмеженими фінансовими можливостями, які розраховують на швидкі прибутки, або ж фірми, які відмивають брудні капітали (оффшори з українським капіталом) [8, с. 252].

За своїм якісним складом лише 15% закордонних фірм, які розгортають свою діяльність в Україні, можуть розглядатися як надійні парт-



Рис. 3. Динаміка міжнародної інвестиційної позиції України

Джерело: побудовано авторами за матеріалами джерела [5]

нери (ТНК, інституційні інвестори). Обережність західних партнерів щодо великих інвестицій зумовлена відсутністю надійних гарантій їх захисту. Інвесторів в Україні цікавлять насамперед сировина, продукти хімічної промисловості, невикористані відходи та вторинні ресурси.

Висновки. Таким чином, позитивний чи негативний вектор змін від глобалізації залежить від рівня розвитку економічної та фінансової систем країни. Насамперед з метою збереження стабільності на фінансовому ринку України необхідна чітка система контролю держави за рухом фінансових потоків в країні. Україна не може уникнути входження у глобалізаційні про-

цеси, тому фінансову політику треба формувати відповідно до факторів розвитку глобалізації, аби знешкодити можливі негативні наслідки та максимізувати вигоди від цього процесу.

Тому необхідним є розроблення нових заходів та механізмів, здатних створити сприятливі умови для залучення довгострокового іноземного капіталу до пріоритетних для країни виробництв і галузей економіки (які визначатимуть підвищення ролі України на світовій арені як виробника високоякісної продукції з високим вмістом доданої вартості) і водночас нівелювати потенційні ризики внаслідок поглиблення інтеграції України у світовий фінансовий простір.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Біленька Н.О. Пріоритети і напрямки розвитку економіки України в умовах глобалізації. Економіка України в умовах посилення глобалізаційних процесів: виклики і перспективи: праці міжнар. наук. конф. (Львів, 15–16 травня 2016 р.). Львів, 2016. С. 15–16.
2. Римар О.Г. Особливості впливу глобалізаційних процесів на економічний розвиток України. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 6(2). С. 39–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6%282%29__10.
3. Головні М. Вплив фінансової глобалізації на грошово-кредитну політику: теоретичні аспекти і реакція на фінансові кризи. Київ, 2009. С. 67–78.
4. Андрійчук В., Іванов Є. Вплив угоди про асоціацію між Україною та ЄС на митно-тарифне регулювання і зовнішньоторговельний режим сторін. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2014_3_3.
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. KOF Index of Globalization. URL: <http://globalization.kof.ethz.ch>.
7. Попельнюхов Р.В. Інвестиційна привабливість економіки України (інвестиційний клімат). URL: <http://www.investplan.com.ua>.
8. Маркевич К.Л. Поточний стан та перспективи прямого іноземного інвестування в економіку України. Мукачівський державний університет. 2015. № 2(4). Ч. 1. С. 249–254.

ІНДЕКС ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

THE INDEX OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE

Бугаєнко К.А.

студентка факультету менеджменту та маркетингу,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Лободзинська Т.П.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті досліджено стан інноваційного розвитку України за 2013–2017 роки на основі Глобального Індексу Інновацій, що є щорічним звітом розвитку економік світу Корнельського університету, бізнес-школи INSEAD та Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ). Індекс детально аналізує показники інноваційності 127 країн та економік світу, вивчає широке бачення інновацій, включаючи політичне середовище, освіту, інфраструктуру та складність ведення бізнесу.

Ключові слова: Глобальний Індекс Інновацій, інновації, економічний потенціал, національна економіка, інноваційний потенціал, світовий рейтинг.

В статье исследовано состояние инновационного развития Украины за 2013–2017 годы на основе Глобального Индекса инноваций, что является ежегодным отчетом развития экономик мира Корнельского университета, бизнес-школы INSEAD и Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС). Индекс подробно анализирует показатели инновационности 127 стран и экономик мира, изучает широкое видение инноваций, включая политическую среду, образование, инфраструктуру и сложность ведения бизнеса.

Ключевые слова: Глобальный Индекс инноваций, инновации, экономический потенциал, национальная экономика, инновационный потенциал, мировой рейтинг.

This article consists of the state of innovation development of Ukraine analysis for the years 2013 to 2017 on the basis of the Global Innovation Index, which is an annual report of the world economies development, created by Cornell University, the INSEAD Business School and the World Intellectual Property Organization (WIPO). The index analyzes in detail the indicators of innovation in 127 countries and economies of the world, considers a broad vision of innovation, including the political environment, education, infrastructure, and the complexity of doing business.

Key words: Global Innovation Index, Innovation, Economic Potential, National Economy, Innovation Capacity, Global Ranking.

Сучасні досягнення України в міжнародному вимірі конкурентоздатності економіки, рівня розвитку, а особливо ефективності функціонування національної інноваційної системи є недостатніми для забезпечення сталого розвитку вітчизняної економіки, гарантованої національної безпеки, виходу в найближчій перспективі за рахунок економічного зростання на європейські стандарти життя українських громадян. Головна системна проблема полягає в тому, що результативність, якість функціонування і структура креативної частини національної інноваційної системи – сектору досліджень і розробок, освіти, винахідництва – не повною мірою відповідають потенційним потребам інтенсивного розвитку економіки. З іншого боку, структурно відстала, технологічно низькоукладна вітчизняна економіка, отримана у спадок

від СРСР, а також система підприємництва, що склалася під впливом нав'язаних Україні ззовні неоліберальних реформ, залишаються вкрай несприятливими до сучасних досягнень науки та технологічних інновацій. Для ефективного вирішення цієї проблеми необхідно визначити вихідні позиції основних компонентів національної інноваційної системи, ступінь їх відповідності вимогам інноваційно-інвестиційної моделі розвитку, виявити слабкі сторони і перепони, що гальмують такий розвиток, а також наявні переваги і потенційні можливості щодо здійснення узгоджених системних змін [1].

Інновація – процес розроблення, впровадження, експлуатації виробничо-економічного та соціально-організаційного потенціалу, що покладений в основу новації. У вузькому сенсі під інно-

вацією зазвичай розуміють фазу впровадження новачі, а період першого виробничого освоєння новачі вважається моментом її початку [2, с. 47].

Згідно зі статистичними даними, сьогодні в Україні 834 підприємства є інноваційно активними, що становить 18,9% досліджених промислових підприємств. Найбільша частка належить підприємствам із виробництва фармацевтичних продуктів і препаратів, комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, автотранспортних засобів, коксу та продуктів нафтоперероблення.

Протягом 2016 року підприємства витратили на інновації 23,2 млрд. грн, у тому числі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 19,8 млрд. грн, на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,4 млрд. грн, на придбання наявних знань від інших підприємств або організацій – 0,1 млрд. грн та 0,9 млрд. грн – на іншу інноваційну діяльність (включаючи проектування, навчання, маркетинг та іншу відповідну діяльність). Основним джерелом фінансування інноваційної діяльності залишаються власні кошти підприємств – 22 036,0 млн. грн (94,9% загального обсягу витрат на інновації).

У 2016 році 88,1% інноваційно активних промислових підприємств упроваджували інновації (16,6% обстежених). Ними було впроваджено 4139 інноваційних видів продукції, з яких 978 – нових винятково для ринку, 3161 – нових лише для підприємства. Із загальної кількості впровадженої продукції 1305 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо, з яких 22,3% нових для ринку [3].

Для подальшого зростання інноваційного розвитку України Розпорядженням Президії Національної академії наук України № 229 від 29.03.2017 р. затверджено перелік науково-технічних проектів НАН України, які будуть реалізовуватися у 2017 році, серед яких:

- в енергетичній галузі – 8 проектів;
- у медицині – 5 проектів;
- екологічні – 3 проекти;
- у сільському господарстві, будівництві, транспортній сфері, інформаційні технології, матеріалознавстві – по 2 проекти;

– у геології, технічній механіці, нанотехнології, харчовій промисловості, технології друку, економіці – по 1 проекту.

Загальна кількість становить 32 науково-технічних проекти [4].

Сьогодні є значна кількість індексів, які відображають рівень розвитку країни у соціальній, культурній, технічній та інших сферах. Найбільш повну характеристику країни відображає індекс інноваційного розвитку, що показує динаміку розвитку країни. Найбільш повним серед усіх способів вимірювання іноваційного розвитку є Глобальний індекс інновацій (ГІІ), що розроблений для фіксування багатовимірних аспектів інновацій та надання інструментів, які можуть допомогти у розробленні політики, спрямованої на сприяння довготривалому зростанню виробництва, підвищенню продуктивності та зростанню кількості робочих місць. Він забезпечує ключовий інструмент та базу детальних показників для економіки. У 2017 році дослідження охоплює 127 економік світу, що становить 92,5% населення світу та 97,6% світового ВВП [5]. 12 червня 2017 року вийшов десятий щорічний звіт інноваційного розвитку економік світу, який є продуктом спільних досліджень Корнельського університету, INSEAD та Всесвітньої організації інтелектуальної власності (BOIB, агенція Організації Об'єднаних Націй). Основою звіту є рейтинг інноваційних можливостей та результатів світових економік.

Глобальний індекс інновацій включає два субіндекси: Субіндекс Інноваційного Введення та Субіндекс Інноваційного Виходу, кожен з яких складається з ключових елементів (табл. 1).

П'ять вхідних показників охоплюють елементи національної економіки, які є базою для здійснення інноваційної діяльності: інститути, людський капітал та дослідження, інфраструктура, складність входу на ринок та легкість ведення бізнесу. Два вихідних показники фіксують фактичні дані щодо результатів інновацій: рівень технологічного розвитку та креативні результати. Кожен показник поділяється на підсилювачі, а кожен підсилювач складається з окремих індикаторів (81 – у 2017 році). Підсум-

Таблиця 1

Структура показників Глобального Індексу Інновацій

Глобальний Індекс Інновацій	
Субіндекс Інноваційного Введення	Субіндекс Інноваційного Виведення
Інституції: політична ситуація, законодавча база, бізнес-середовище.	Рівень технологічного розвитку: створення теоретичної бази, вдосконалення бази знань, доступність знань.
Людський капітал та дослідження: освіта, вища освіта, дослідницька діяльність.	
Інфраструктура: інформаційно-телекомунікаційні технології, загальна інфраструктура, екологічна стабільність.	Креативні результати: нематеріальні активи, виробництво товарів та послуг, ІТ-сфера.
Ринкова структура: кредитування, інвестиційна атмосфера, ринкова конкуренція.	
Можливість ведення бізнесу: кадри, інформація.	

Джерело: складено авторами на основі [5]

кові бали розраховуються як середньозважений показник окремих індикаторів. Загальна оцінка ГІІ – це просте середнє значення субіндексів вхідних і вихідних даних. Коефіцієнт ефективності інновацій – це співвідношення субіндексу вихідних даних та субіндексу вводу.

У 2017 році Україна посіла найвищу позицію за останні 5 років – 50 місце, випередивши Тайланд і опинившись позаду Чорногорії та Катару. Для порівняння, у 2013 році Україні належала 71 позиція у рейтингу. З кожним роком простежується прогрес за певними показниками, але при цьому є фактори, за якими Україна є повним аутсайдером.

Для формування цілісної картини інноваційного потенціалу України проаналізуємо показники інноваційного розвитку країни за 2013–2017 роки.

Розглянемо, які зміни відбулися за сімома агрегованими показниками. Показник «інституції» включає в себе політичну ситуацію, законодавчу базу та бізнес-середовище. Разючих змін за цим показником не спостерігається, найвищим результатом було 98 місце серед 141 країни. У 2017 році Україна зайняла 101 місце серед 127 країн. Проте протилежних значень набули фактори, що входять до показника. Позитивна тенденція спостерігається під час аналізу бізнес-середовища, за цим фактором Україна з 127 місця у 2013 році перемістилася на 78 місце у 2017 році. Зовсім інша ситуація спостерігається у політичному середовищі, рейтинг країни поступово знизився на 23 позиції, з 99 місця у 2013 році на 122 місце у 2017 році [6; 10].

Далі розглянемо показник «людський капітал та дослідження», що включає загальноосвітній рівень, рівень вищої освіти та розвиток дослідницької діяльності. Саме ці фактори зумовлюють інноваційний розвиток. За 5 років за рівнем загальної освіти країна піднялася в рейтингу з 64 місця до 30, а за рівнем вищої освіти – з 42 на 26. За рівнем дослідницької діяльності Україна, навпаки, послабила свої позиції – з 46 місця на 51 [6; 10].

Невиробнича сфера включає інформаційно-комунікаційні технології, загальну інфраструктуру та екологічну стабільність. Найбільше покращення спостерігається за екологічним фактором: з 118 місця у 2013 році Україна перемістилася на 122 у 2014 році, а потім поступово перемістилася на 95 у 2017 році. Стосовно інформаційно-комунікаційних технологій та загальної інфраструктури значних змін не відбулося. Варто зазначити, що за рівнем телекомунікаційних технологій Україна за останній рік значно посилсила свої позиції, перемістившись з 87 місця на 68 [7; 10].

Неоптимістичними є показники України за ринковою структурою. За інвестиційною привабливістю країна є двадцятою з кінця. Причина полягає у неможливості захисту інвестицій від ризику, що стримує інвесторів. Позитивні зміни відбулися у конкурентоздатності української

продукції. За 5 років Україна перемістилася з 73 місця на 48 позицію [6–10].

Однією з найбільш показових для формування цілісної картини інноваційного розвитку країни є можливість ведення бізнесу в країні. Порівняно з минулим роком Україна піднялася з 73 на 51 місце за легкістю ведення бізнесу. На нашу думку, саме спрощення системи документоформлення бізнесу посприяло такій динаміці.

Детальніше розглянемо кожен фактор, що вплинув на показник: кваліфікованість кадрів, доступність інформації та залученість до інноваційних процесів. За рівнем кваліфікованості кадрів Україна поступово перемістилася з 78 місця у 2013 році на 41 місце у 2017. Також більш доступною стала бізнес-інформація, за доступністю інформації Україна перемістилася з 85 на 63 місце. Щодо залучення до процесів інноваційної діяльності університетів та підприємств спостерігається переміщення з 72 місця на 105 у 2015–2016 роках і знову на 72 місце у 2017 році [8–10].

Показник, який є одним з основних елементів рушійної сили інноваційного розвитку, – рівень технічного розвитку. За цим показником Україна перемістилася з 45 позиції у 2013 році на 32 місце у 2017 році. Такі результати досягнуто внаслідок модернізації та удосконалення технічної бази, що є основою діяльності господарських підприємств. За цим фактором Україна знаходиться в першій двадцятці. Також прогрес спостерігається і за іншим складником цього показника: значно доступнішою стала інформація та можливість здобуття освіти. За цим показником країна перемістилася з 89 місця у 2013 році на 54 у 2017 році [6; 10].

За креативним результатом діяльності національної економіки Україна нині посідає 49 місце, хоча ще у 2013 році займала 81 позицію. Найбільші зміни відбулися за нематеріальними активами, значна кількість торгових марок були визнані світовою спільнотою та отримали ліцензії на виготовлення і продаж продукції за кордон, що підтверджує перехід України зі 112 місця у 2014 році на 26 позицію у 2017 році. За іншими факторами цього показника значних змін не спостерігається [6; 10].

Отже, після детального дослідження стану інноваційного розвитку України за наведеними факторами можна дійти висновку, що навіть ті фактори, за якими Україна посідає досить високі позиції, не повною мірою відповідають потенційним потребам інтенсивного розвитку економіки. У результаті аналізу стану розвитку України за низкою факторів визначено, що країна є серед лідерів за кваліфікованими трудовими ресурсами, науково-дослідною діяльністю, освітньою базою та іншими показниками, які характеризують трудові ресурси країни. Також, виявлено слабкі сторони, серед яких: стан технічного устаткування, політична ситуація, низький рівень запровадження нових технологій,

застаріла модель виробництва. Аналіз інноваційної діяльності України свідчить про її низьку результативність, що разом із політичною нестабільністю приводить до зниження інвестиційної привабливості. Саме інноваційно-інвестиційна модель є основою стратегії розвитку країни.

Досліджені та проаналізовані у роботі показники дають можливість оцінити реальний інноваційний потенціал країни, її сильні та слабкі сторони.

Вважаємо за доцільне використання показників Глобального Індексу Інновацій для розроблення стратегії інноваційного розвитку України.

Перспективний напрям подальшого дослідження пов'язаний із глибоким аналізом чинників сучасної кризи інноваційного розвитку України та розробленням прогресивної інноваційно-інвестиційної моделі, притаманної розвиненим країнам світу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Постанова Верховної Ради України Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів». URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2632-17>.
2. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент: Підручник. К.: Знання, 2011. 423 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Національна академія наук України. Науково-технічні (інноваційні) проекти НАН України. URL: <http://www1.nas.gov.ua/innovations/Pages/default.aspx>.
5. History of The Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/>.
6. Global Innovation Index 2013 / ed. S. Dutta, INSEAD. The Business School of The World, 2013. 392 p.
7. Global Innovation Index 2014 / ed. S. Dutta, INSEAD. The Business School of The World, 2014. 429 p.
8. Global Innovation Index 2015 / ed. S. Dutta, INSEAD. The Business School of The World, 2015. 453 p.
9. Global Innovation Index 2016 / ed. S. Dutta, INSEAD. The Business School of The World, 2016. 451 p.
10. Global Innovation Index 2017 / ed. S. Dutta, INSEAD. The Business School of The World, 2017. 399 p.

ENVIRONMENTAL POLICY OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION: A REGIONAL DIMENSION

ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

Poliakova Yu.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at International Economic Relations Department,
Lviv University of Trade and Economics

Stepanov A.

Senior Instructor at Foreign Languages Department,
Lviv University of Trade and Economics

The article aims at substantiating the directions of development of the environmental policy of Ukraine in terms of European integration, in particular, taking into account the regional dimension. The research considers the institutional basis for the formation of the environmental policy at the present stage of the Association Agreement between Ukraine and the EU. A grouping of Ukrainian regions has been carried out according to the level of ecological and environmental activity. A number of institutional, motivational, financial, and organisational measures are proposed for the formation and implementation of the environmental policy.

Key words: environmental policy, Association Agreement between Ukraine and the EU, environmental measures, pollutants, European environmental norms.

Стаття присвячена обґрунтуванню напрямів розвитку екологічної політики України в умовах євроінтеграції, зокрема у регіональному вимірі. Розглянуто інституційний базис формування екологічної політики на сучасному етапі дії Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Проведено групування регіонів України за рівнем екологічної та природоохоронної діяльності. Запропоновано низку інституційних, мотиваційних, фінансово-організаційних заходів щодо формування та реалізації екологічної політики.

Ключові слова: екологічна політика, Угода про асоціацію між Україною та ЄС, природоохоронні заходи, забруднюючі речовини, європейські екологічні норми.

Статья посвящена обоснованию направлений развития экологической политики Украины в условиях евроинтеграции, в частности в региональном измерении. Рассмотрен институциональный базис формирования экологической политики на современном этапе действия Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС. Проведено группирование регионов Украины по уровню экологической и природоохранной деятельности. Предложен ряд институциональных, мотивационных, финансово-организационных мероприятий для формирования и реализации экологической политики.

Ключевые слова: экологическая политика, Соглашение об ассоциации между Украиной и ЕС, природоохранные мероприятия, загрязняющие вещества, европейские экологические нормы.

Formulation of the problem. In modern conditions, the elaboration and implementation of Ukraine's environmental policy are associated with the development of our country focused on European integration. The ecological unit stands out as an important component of the Association Agreement between Ukraine and the EU. The urgency of bringing environmental policy in line with European norms and rules is associated with the fulfilment of priority tasks aimed at approaching the EU.

Analysis of recent research and publications. Issues of the ecological situation, technogenic safety, the use of alternative energy sources and technologies of environmental protection, as

well as the formation of environmental policy in the context of sustainable development, are all actively studied in the scientific literature. I. Haidutskyi, Z. Herasymchuk, V. Kravtsiv, V. Khymynets, and others dedicate their works to the abovementioned problems. However, in our opinion, the regionalisation of forming the environmental policy takes on topicality in terms of European integration and the implementation of the Association Agreement between Ukraine and the EU.

Highlighting previously unresolved components of the general problem. The priorities of the regional policy of the EU Member States have been transformed towards achieving competitive-

ness and stimulating the dynamic development of regions to promote social and economic cohesion and to reduce the imbalances in their development. In our opinion, the current regional policy of the EU is particularly associated with environmental and innovation policies, which are based on the principles of economic growth and sustainable development. The strategic policy documents on the implementation of the environmental block of the Association Agreement between Ukraine and the EU do not explicitly specify the instruments of interaction between the authorities regarding the implementation of obligations under the agreement, yet the regional features are not sufficiently taken into account.

Setting objectives. The purpose of the article is to develop a set of measures for the formation and implementation of environmental policy in the regions of Ukraine at the present stage of European integration.

Presentation of the main research material. Significant work has been done towards the implementation of the European integration course and the fulfilment of a number of commitments under the Association Agreement between Ukraine and the EU. The main principles of the state environmental policy of Ukraine for the period up to 2020 include: increasing the level of social-ecological consciousness; improving the environmental situation, and raising the level of environmental safety; achieving a state of the environment safe for human health; integrating environmental policy and improving the integrated environmental management system; stopping loss of biological and landscape diversity and the forming an ecological network; providing an ecologically balanced use of natural resources; improving the regional environmental policy. The purpose of the implementation of the national environmental policy is to stabilize and improve the ecological state of Ukraine by establishing a national environmental policy as an integrated factor of social and economic development of Ukraine in order to ensure the transition to sustainable economic development and to introduce an environmentally balanced system of nature management.

In 2017, the Law of Ukraine "On Environmental Impact Assessment" was adopted, which established legal and organisational principles for environmental impact assessment, aimed at preventing environmental damage, ensuring environmental safety, protecting the environment, favouring rational use and reproduction of natural resources [1]. This document introduces a new European model of the procedure for assessing environmental impacts in accordance with the requirements of the Association Agreement and European Directives.

The National Strategy for Waste Management in Ukraine up to 2030 has also been approved, aimed at introducing a systematic approach to waste management at the state and regional levels, reducing waste generation by increasing the amount of their recycling and reuse. The strategy

states that the volume of solid waste generation in Ukraine in 2016 amounted to 49 million cubic metres or about 11 million tons. The rate of waste generation in Ukraine is on average 250-300 kilograms per year per person and has a tendency to increase. The strategy presupposes the creation of new facilities for the recycling of recyclable materials, utilisation and composting of biowaste, reduction of the total amount of household waste disposal, minimisation of the total amount of buried waste, and establishing a network of regional landfills meeting the requirements of the EU Directive 31 [2]. An information system will operate to ensure monitoring and control of waste management.

In accordance with this strategy, a Coordinating Council on the implementation of the National Waste Management Strategy in Ukraine up to 2030 was formed as an interim consultative and advisory body of the Cabinet of Ministers of Ukraine, responsible for ensuring coordination of the activities of central and local executive authorities on forming and implementing the state policy in the field of waste management.

An interactive map of landfills in Ukraine is being implemented in Ukraine, earlier introduced by the Ministry of Ecology and Natural Resources in September 2016. In total, it represents more than 700 points throughout Ukraine with their contact data and a classification of the types of secondary raw materials that they accept. The largest number of such objects is registered in Kyiv, Zakarpattia, Kharkiv, and Dnipropetrovsk regions.

The cooperation provided by the Association Agreement is aimed at preserving, protecting, improving, and reproducing the quality of the environment, protecting public health, prudent and rational use of natural resources, and promoting measures at the international level to solve regional and global environmental problems [3]. The EU common policies are implemented in the following areas: trade, ecological, social, humanitarian, agricultural, educational, industrial spheres, employment policies, etc. The Program of Actions for the Implementation of Environmental Policy for the Period Up to 2020 provides for the following issues: the variability of external conditions and the growing interdependence of environmental, economic, and social problems; increased demand for natural resources and environmental impacts; increased pressure on ecosystems; loss of biodiversity; waste disposal; air quality in urban areas; quality of water resources [4, p. 377].

The implementation of European environmental norms becomes of a paramount importance. Thus, in accordance with the Annex to the Association Agreement, Ukraine undertakes to gradually bring its environmental legislation closer to the EU legislation within 2-10 years. An essential part of the requirements is the creation of appropriate authorised state bodies of control and private organisations for monitoring the state of the environment; introducing methods of calculation of emission limit values for

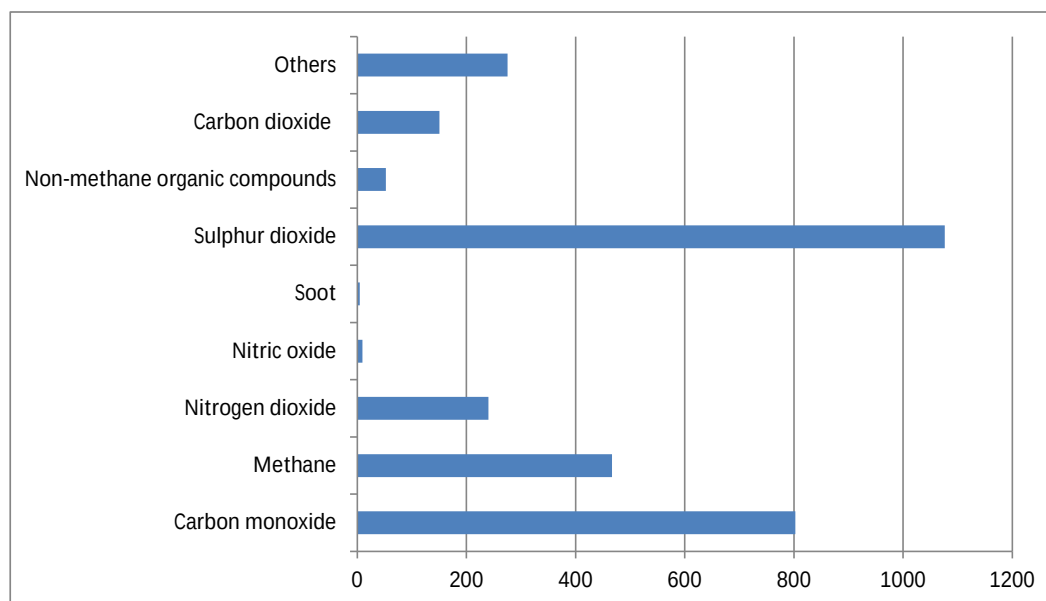


Fig. 1. The amount of pollutant emissions in Ukraine in 2016

pollutants. In this process, the Industrial Emissions Directive (comprehensive prevention and control of pollution) takes on an important role [5, p. 23].

In 2016, emissions of certain polluting substances into the air from stationary sources of pollution in Ukraine amounted to 3078.1 thousand tons, which is more than in the previous year (2857.4 thousand tons). In the structure of emissions in 2016, sulphur dioxide (34.9%), carbon monoxide (26.1%), and methane (15.2%) occupy the largest share.

Despite the fact that, as noted by I. Haidutskyi, the amount of financing of environmental protection measures in Ukraine has considerably increased, their share in the GDP is significantly lower than in the EU countries. In addition, the provided in budgets funds for investment programmes are used less than half. In turn, the level of environmental taxes in Ukraine is 0.4% of the GDP, also being the lowest indicator in Europe. Over the lack of effective energy long-term policy and radical conversion steps, Ukraine remains among the countries with the highest carbon-economy in Europe [6, p. 446–449].

The need for regionalisation of the environmental policy is explained not only by the significant ecological diversification of the territory of Ukraine but also by the peculiarities of social and economic processes in the regions. As a result, the ecological situation in Ukraine has its territorial differences both in terms of the nature and severity of the problems, and the possibilities of their practical solution [7, p. 205].

Failure to take account of regional features can largely impede the implementation of the environmental component of the Association Agreement between Ukraine and the EU since policy development ought to consider the specificities of regional policy and specific economic problems that vary according to regions. Lack of understanding of reforms at the local level may result from inappro-

priate involvement of regions in national processes of environmental policymaking, loss of the opportunity to enhance the effectiveness of regional policy, passivity of regions, and inadequate use of their potential [8].

For the cluster analysis on the grouping of regions of Ukraine by the level of environmental and nature protection activities in 2016 (a package of applied programmes Statistica), the following indicators were used: capacity of treatment facilities, millions of cubic metres; expenditures on measures aimed at reducing emissions in the air, thousand UAH; volumes of reduction of pollutants emission into the air after the introduction of air and security measures, tons per year; utilised waste of hazard classes I-III and IV; capital investments on environmental protection, million UAH; current expenses on environmental protection, million UAH.

According to the results of the analysis, the rating leader is Dnipropetrovsk region (first group), followed by Zaporizhzhia and Donetsk regions (second group), Ivano-Frankivsk, Mykolaiv, and Kharkiv regions (third group), while all other regions entered the fourth group, with indicators inferior to the previous ones.

In our opinion, the environmental policy of the regions should take into account the principles of the circular economy, which is a system where products are designed in such a way as to ensure its convenient reuse, full recovery or recycling. The circular economy involves the use of renewable energy and the elimination of the use of toxic chemicals that can harm reuse. This kind of economy aims at the elimination of waste by applying best practices in the use of innovative developments [9]. The use of experience in this area of such Eastern European countries as the Czech Republic and Poland will contribute not only to the improvement of the environmental situation but

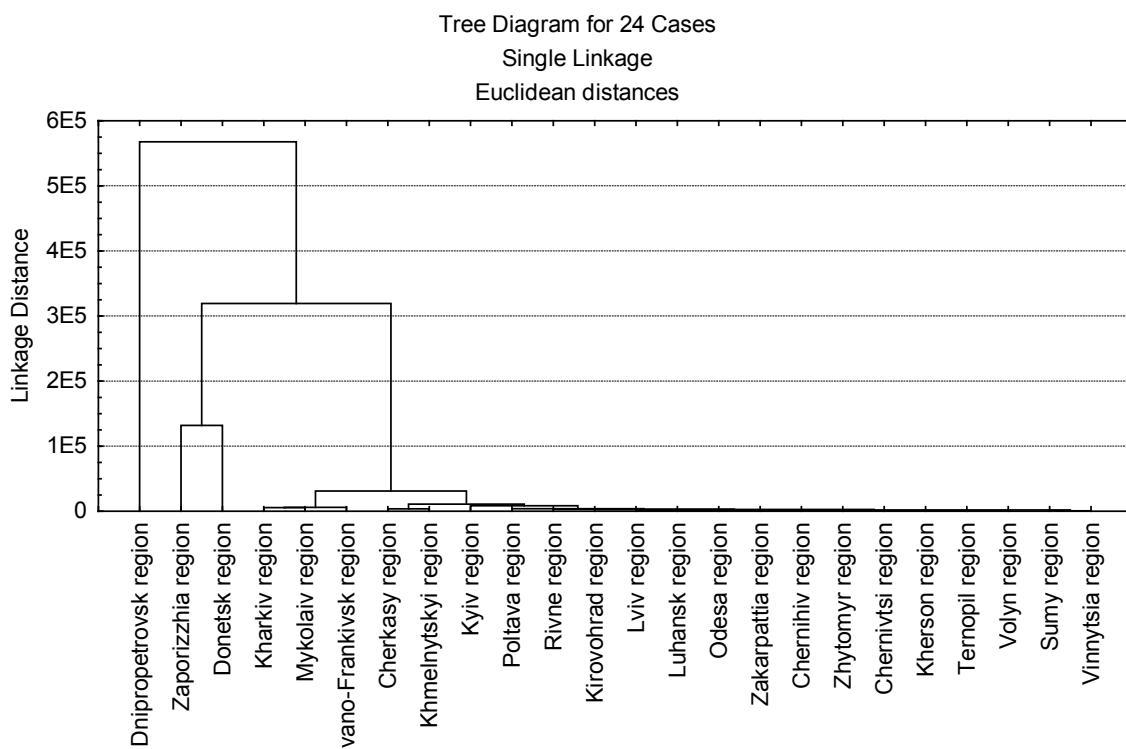


Fig. 2. Graph tree of combinations of regions of Ukraine according to the level of environmental and nature protection measures in 2016

Table 1

Groups of regions of Ukraine according to the level of environmental and nature protection measures in 2016

Cluster (group)	Regions of Ukraine	Distance from the centre of the cluster
With the highest level	Dnipropetrovsk region	0,00
With a high level	Zaporizhzhia region Donetsk region	24886,00 24886,00
With an average level	Ivano-Frankivsk region Mykolaiv region Kharkiv region	1999,156 584,285 1955,193
With a low level	Vinnytsia region Volyn region Zhytomyr region Zakarpattia region Kyiv region Kirovohrad region Luhansk region Lviv region Odesa region Poltava region Rivne region Sumy region Ternopil region Kherson region Khmelnytskyi region Cherkasy region Chernivtsi region Chernihiv region	201,616 1333,177 1194,666 891,363 3252,911 1168,112 1330,140 789,499 1306,225 1391,484 1191,106 252,254 1370,469 1373,971 6552,881 5255,592 1330,248 1041,225

Table 2

Measures on formation and implementation of environmental policy on the regional level

Institutional measures	Motivational measures	Financial and organisational measures
Expansion of international cooperation. Participation of local actors in international and regional institutions. The activity of local united territorial communities in monitoring compliance with environmental standards. Implementation of the environmental component requirements of the Association Agreement between Ukraine and the EU.	Increasing the level of environmental consciousness of the population. Advancement of benefits from the introduction of the requirements of the European directives. Free access to information on the environment.	Increasing the level of implementation of environmental projects and optimisation of their financial support. Administrative responsibility for non-compliance with legislative requirements in the environmental sphere. Ecologically-oriented investment by entrepreneurs. Monitoring of compliance with environmental indicators.

will also stimulate the innovative development of regions leading to the emergence of new market niches and effective business models.

Measures on the formation and implementation of environmental policy, in particular at the regional level, can be considered within the three groups: institutional, motivational, and financial and organisational measures (Table 2).

Conclusions. The processes of European integration have a significant impact on the formation of

the environmental policy in Ukraine. Further implementation of the provisions of the environmental block of the Association Agreement between Ukraine and the EU implies the application of an integrated approach, first of all, taking into account the positive experience of reforming the industry by the EU member states, harmonising the interaction of society and the environment, strengthening international cooperation, localisation of the formation and implementation of environmental policy.

REFERENCE:

1. Law of Ukraine "On Environmental Impact Assessment" [Electronic resource]. – Access mode: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2059-19>.
2. National Strategy for Waste Management in Ukraine up to 2030 [Electronic resource]. – Access mode: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80>.
3. Shymanska K.V. Ecological Component of the Association Agreement with the EU: Directions of Implementing in Ukraine / K.V. Shymanska [Electronic resource]. – Access mode: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?
4. Olefirenko O.V. Ecological Policy. Social Policy / O.V. Olefirenko // The European Union in the 21st Century: Functioning and Development: a monograph [general ed. by V.S. Zahorskyi, O.Ya. Krasivskyi]. – Lviv: Lviv Regional Institute for Public Administration of the National Academy for Public Administration, 2016. – 632 p.
5. Implementation of the Association Agreement between Ukraine and the EU: Economic Challenges and New Opportunities: Scientific Report / ed. by V.M. Heitsia, T.O. Ostashko; Institute of Economics and Forecasting of National Academy of Sciences of Ukraine. – Kyiv, 2016. – 184 p.
6. Haidutskyi I.P. Systems and Mechanisms of Motivation of Low Carbon Development: Theory, Methodology, and Practice: monograph. – Kyiv: "DKS Center Ltd", 2018. – 560 p.
7. Khymynets V.V. Regional Ecological and Economic Policy as the Institutional Prerequisite for Sustainable Development / V.V. Khymynets // Scientific Bulletin of Mukachevo State University. – 2015. – Ed. 2(4). Part 1. – P. 204–208.
8. How to Improve the Effectiveness of the Implementation of the Association Agreement between Ukraine and the EU at the Regional Level: an analytical paper. – Resource and Analysis Centre "Society and Environment", 2018. – 20 p.
9. Circular Economy and Benefits for Society: Research on the Czech Republic and Poland [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.clubofrome.org/wp-content/uploads/2018/02/dl-10-circular.pdf>.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

THE PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF EXPORT POTENTIAL OF AGRARIAN SECTOR OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROINTEGRATION

Ставська Ю.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
готельно-ресторанної справи та туризму,
Вінницький національний аграрний університет

Статтю присвячено дослідженню експортного потенціалу аграрного сектора України. За останні роки частка сільськогосподарської продукції нашої країни значно зросла на ринку Європи. Це пов'язано з установленням тарифних квот на експорт вітчизняних товарів. Разом із цим обсяг експорту товарів у рамках квот становить лише п'яту частину від усього експорту сільськогосподарської продукції в ЄС. У статті запропоновано заходи щодо реалізації положень Угоди про асоціацію з ЄС.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, угода, конкурентоспроможність, зовнішньоекономічна політика, торговельні відносини, бар'єри.

Статья посвящена исследованию экспортного потенциала аграрного сектора Украины. За последние годы доля сельскохозяйственной продукции нашей страны значительно возросла на рынке Европы. Это связано с установлением тарифных квот на экспорт отечественных товаров. Вместе с тем объем экспорта товаров в рамках квот составляет лишь пятую часть от всего экспорта сельскохозяйственной продукции в ЕС. В статье предложены меры по реализации положений Соглашения об ассоциации с ЕС.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, соглашение, конкурентоспособность, внешнеэкономическая политика, торговые отношения, барьеры.

This article is devoted to the research of the export potential of the agrarian sector of Ukraine. In recent years, the share of agricultural production in our country has increased significantly in the European market. This is due to the establishment of tariff quotas for the export of domestic goods. At the same time, the volume of export of goods within the limits of quotas is only one fifth of all exports of agricultural products to the EU. The article proposes measures to implement the provisions of the Association Agreement with the EU.

Key words: foreign economic activity, export, import, agreement, competitiveness, foreign economic policy, trade relations, barriers.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Агропромислова інтеграція є закономірним процесом розвитку ринкової економіки. Необхідність розвитку та поглиблення інтеграційних зв'язків у сільському господарстві як чинника підвищення ефективності функціонування кожного окремого підприємства, агропромислового комплексу й усієї економічної системи не викликає сумніву [1, с. 256]. У зв'язку із цим ринок Європи сьогодні – ключова мета для вітчизняного сільського господарства. Якби Україні вдалося посилити свої позиції тут, це могло б відкрити нашим аграріям можливість для подальшого розширення і навіть домінування на світовому ринку продовольства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Окремі питання розроблення теорії та практики інтеграційних процесів у світову економіку досліджують вітчизняні вчені: Г.В. Екель, В.М. Геєць, М.І. Пугачов, П.І. Гайдуцький, А.Д. Діброва, Г.М. Заболотний, Г.М. Калетник, В.М. Русан, О. Нестеренко, Т.О. Зінчук, М.Й. Малік, О.О. Мороз, О.В. Шубравська, П.Т. Саблук, О.О. Прутська, В.К. Терещенко. Даній темі присвячено також праці відомих зарубіжних учених, зокрема: У. Ансоффа, М. Бенуа, Л. Блана, М. Бредлі, М. Портера, Д. Рікардо, Р. Оуена та ін. Разом із тим питання розвитку вітчизняного аграрного сектору в умовах євроінтеграції є настільки об'ємним і складним, що потребує подальших наукових досліджень.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження структури зовнішньоекономічної торгівлі країни та розроблення заходів щодо зростання експорту української продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Економіка України на 50% залежить від експорту, а майже третина нашого експорту – продукція сільськогосподарства. Це означає, що добробут українців, економічна стабільність (і, звичайно, валютний курс) зараз багато в чому визначаються тим, скільки кукурудзи, пшениці, соняшникової олії, сиру та інших видів сільськогосподарської продукції наша країна зможе продати іншим державам. Своєю чергою, розвиток експорту буде залежати від того, наскільки вдало ми зможемо торгувати саме з Європою – найбільшим ринком продовольства у світі. Вже кілька років вона закуповує українську сільгосппродукцію майже на 5 млрд. дол. на рік.

Помітним гравцем на ринку сільськогосподарської продукції Європи Україна стала в останні кілька років. Оптимістичним трендом є стабільне зростання в торгівлі обсягів продукції нашого АПК: за 10 років експорт до ЄС збільшився в чотири рази. Показовим є результат 2017 р., коли агросектор експортував продукції на 16,2 млрд. дол., що на 19,7% більше, ніж у попередній період – 13,5 млрд. дол. При цьому імпорт, незважаючи на приріст у 9,7%, набагато нижчий: у 2017 р. до країни ввезли продуктів харчування на 3,8 млрд. дол. Сталося це завдяки активному зростанню виробництва кукурудзи, пшениці і соняшникової олії.

Левову частку Українського експорту в Європу становить зерно. Мовою економіки це означає, що ми поставляємо сировину, яку потім на європейських заводах переробляють на харчову продукцію. Такий варіант привабливий для економіки в короткостроковій перспективі, коли важливий кожен долар прибутку, але погано з погляду довгострокової перспективи, оскільки знижується конкурентоспроможність країни на світовому ринку. Для процвітаючої економіки важливо розвивати поставки переробленої сировини. За останні два роки динаміка потішила саме зростанням експорту продукції переробки за 13 товарам рослинництва, з яких 10 – продукти переробки, зростання стало не просто помітним, а навіть драматичним, оскільки починаючи з 2014 р. торгівля сільськогосподарською продукцією з Росією скоротилася вдвічі. А в перші місяці 2015 р. вона просто зупинилася: обсяги українського експорту до РФ зменшилися на 85%, якщо порівнювати з аналогічним періодом не найбільш удалого минулого року.

Важливий момент: хоча втрата російського ринку частково компенсувалася ростом поставок в ЄС та інші країни світу, є істотна різниця в структурі продукції, яка експортується. Так, велику частку доходів від торгівлі з РФ прино-

сили готові товари: молочні і кондитерські продукти. Левова частка доходів в ЄС припадає на продаж сировини. Саме тому важливою є тенденція зростання продажів харчової продукції.

Підписання Угоди про асоціацію між Україною та країнами ЄС (далі – Угода), а також створення в рамках цієї Угоди Зони вільної торгівлі (ЗВТ) з Європейським Союзом є важливими чинниками розвитку аграрної галузі, оскільки для України відкриваються перспективи поступового освоєння ринку країн ЄС вітчизняними компаніями, підвищення рівня якості, безпечності, екологічних характеристик української продукції АПК, поліпшення стану продовольчої безпеки держави. Тому для України постає завдання вироблення механізмів державної політики щодо підвищення ефективності використання наявного потенціалу аграрного сектору економіки, його адаптації до нових умов, у т. ч. з урахуванням можливих ризиків, які виникатимуть унаслідок лібералізації зовнішньоторговельних відносин з європейськими країнами. В Угоді передбачено, що зону вільної торгівлі сторони поступово створюють протягом перехідного періоду, що не перевищує 10 років, починаючи з дати набрання чинності Угоди. Статтею 29 Угоди передбачено, що кожна сторона зменшує або скасовує ввізне мито на товари, що походять з іншої сторони, відповідно до графіків, встановлених у Додатку I-A до Угоди. При цьому п. 4 цієї статті передбачено, що через п'ять років після набрання Угодою чинності сторони можуть на запит будь-якої сторони провести консультації між собою з метою розгляду прискорення та розширення сфери скасування ввізного мита у торгівлі між ними [10]. У тексті Угоди основним інструментом обмежень у торгівлі сільськогосподарськими товарами є тарифні квоти, у рамках яких забезпечується безмитний доступ товарів на ринок країн ЄС. Слід відзначити, що всі зони вільної торгівлі, створені між ЄС та іншими країнами і групами країн, містять положення, які стосуються сільського господарства. При цьому регулювання Європейським Союзом торгівлі найбільш чутливими сільськогосподарськими товарами, щодо яких захист національних виробників від зростання імпорту вважається пріоритетним завданням під час створення ЗВТ, здійснюється за рахунок [3]: їх виключення з тарифної пропозиції; відкладання зобов'язань щодо зниження тарифів до кінцевого строку перехідного періоду; встановлення тарифних квот; ужиття спеціальних захисних заходів.

Перепоною для повної переорієнтації вітчизняного агросектора на Європу є режим автономних торговельних преференцій, у рамках якого на певні позиції української продукції встановлено квоти – граничні обсяги, що можуть бути поставлені до ЄС без сплати ввізного мита. Під час наступних експортних поставок увізне мито має бути сплачене на загальних підставах.

Євросоюзом скасовано ввізні мита на продукцію походженням з України на 94,7% тарифних ліній щодо промислових товарів (виняток становила переважно продукція хімічної та пов'язаної з нею галузей промисловості) та на 83,4% тарифних ліній щодо сільськогосподарської продукції. А для 15,9% тарифних ліній продукції агропромислового сектору було запроваджено безмитні тарифні квоти на рівні конкретно визначеного річного обсягу експорту.

Експорт товарів у рамках квот становить лише п'яту частину від усього експорту сільськогосподарської продукції в ЄС. Найбільші квоти виділені на пшеницю і кукурудзу, обсяги інших порівняно із зерновими несуттєві, тому навіть якби українські аграрії скористалися всіма виділеними для України квотами, частка торгівлі від цього збільшилася б не сильно. Основні експортні доходи ми отримуємо, продаючи в ЄС товари, як і раніше оподатковувані митами.

За деякими групами товарів українським експортерам удалося переорієнтуватися на ринок ЄС досить швидко (рис. 1). Дана тенденція є позитивною, враховуючи, що в найближчому майбутньому нам доведеться нарощувати експорт в інші країни, щоб компенсувати втрату російського простору, а також забезпечити прийнятний рівень диверсифікації ринків збуту. Так, у перший рік підписання Угоди були повністю вибрані квоти на оброблені томати, виноградний і яблучний соки, мед і зернові. Наступного року більшість з них вибрали достроково. Основними чинниками, які сприяли цьому, став відносно невеликий розмір квот на дані групи товарів.

Подібне інтенсивне виконання квот за низкою позицій говорить про те, що в майбутньому існує перспектива їх збільшення. Тим більше що в рамках зони вільної торгівлі з країнами-партнерами це є нормальною практикою для Європейського Союзу. Наприклад, відомі випадки підвищення квот на сільгосппродукцію для Марокко (томати) і Молдови (пшениця, кукурудза, ячмінь).

Серед переліку незаповнених квот: баранина, цукрові сиропи, солод, пшенична клейковина, крохмаль, висівки, гриби, цукрова кукурудза, часник.

Серед основних причин невикористання наданих квот виробниками варто виділити такі.

Основною причиною невикористання вітчизняними експортерами сільськогосподарської продукції безмитних тарифних квот повною мірою стала наявність значних нетарифних торговельних бар'єрів на шляху до європейського ринку. Передусім це стосується санітарних і фітосанітарних заходів, які визначають вимоги до якості й безпечності продовольства, тому для виробників багатьох видів агропродовольчої продукції проблема щодо використання квот полягає саме у неспроможності виконати вимоги до якості та безпечності продукції для отримання дозволів і сертифікатів на експорт в Європейський Союз.

Дозвіл на експорт від ветеринарних та інших відповідних служб ЄС уже отримали тільки вітчизняні виробники м'яса птиці (насамперед курятини) та яєчного порошку, тоді як виробники баранини, свинини, молочних продуктів, м'яса великої рогатої худоби аж дотепер не завершили процедур сертифікації своїх виробництв для експорту в ЄС.

Загалом про масштаб проблеми, що полягає у низькій якості вітчизняного продовольчого експорту, свідчать офіційні дані Держспоживстандарту, відповідно до яких в Україні знімається з реалізації більше 50% перевіреної м'ясної, рибної та плодоовочевої продукції, майже кожна друга тонна перевірених хлібобулочних, макаронних та кондитерських виробів, борошна круп, цукру, масложирової продукції, чаю та кави, безалкогольних напоїв і мінеральних вод і курячих яєць, більше третини перевірених молочних продуктів, соків та соковмісних напоїв, продуктів дитячого харчування, близько 30% тютюнових виробів і алкогольних напоїв.

Що стосується вирішення даної проблеми на загальнодержавному рівні в рамках виконання

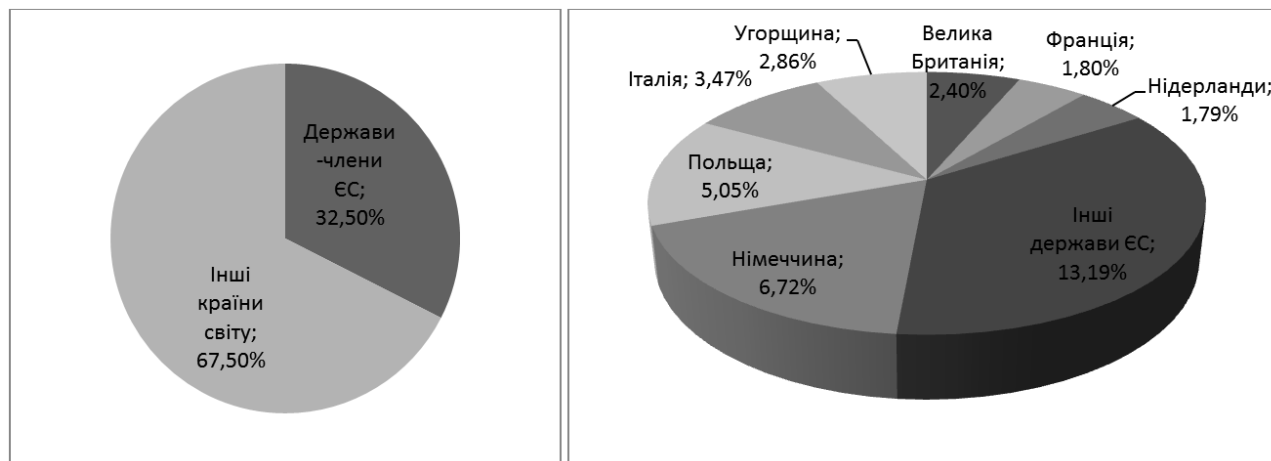


Рис. 1. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами та послугами України, 2017 р.

положень Угоди про асоціацію, то процес гармонізації вітчизняних стандартів якості з європейськими завершився лише у лютому 2015 р. з прийняттям Закону «Про технічні регламенти і оцінку відповідності», який набув чинності тільки у лютому 2016 р. До тих пір було відведено час для прийняття понад 3 тис. технічних регламентів, які відповідають європейським, адже станом на тепер їх затверджено лише близько 800 [4, с. 95].

Нерідко ціна, яка сформувалася на європейському ринку, не покриває логістичні витрати українських експортерів. Наприклад, доставка свіжих продуктів, які повинні зберігатися при контрольованій температурі від +2 до +6°C, вимагає дотримання особливих умов уздовж усього ланцюга поставок. У цій галузі не можна дозволити собі використання «напівзаходів» або заниження стандартів обслуговування, транспортування і зберігання товарів. Невиконання вимоги щодо температури, як правило, означає зниження вартості продукції, скорочення її життєвого циклу.

Недостатнє внутрішнє виробництво по деяких товарах, на які передбачені квоти, а саме: крохмаль, цукрові сиропи, часник, гриби. Наприклад, Україна експортувала 25 т грибів переважно до країн СНД.

Експорт в інші країни таких видів продукції, як ячмінь, цигарки, висівки, переважає над поставками до Європейського Союзу. Для висівок основними напрямками експорту є Туреччина та Єгипет.

Низький попит в ЄС на деякі товари українського виробництва, що знову пов'язано з питанням конкурентоспроможності. Це передусім стосується м'яса птиці (тушки бройлерів), крохмалю, етанолу (рис. 2, 3).

За підсумком вищенаведених даних можна констатувати, що в 2015 р. загальний експорт товарів знизився на 23,5%, а в 2016 р. – на 35,1%.

Україна повністю вичерпала річні квоти на 2017 р. на безмитний експорт до країн Європейського Союзу за дев'ятьма групами товарів.

Отже, по зернових, кукурудзі та ячменю (традиційна для нас експортна сировина) квоти було вибрано досить швидко, а по деяких позиціях – перевищено в десятки разів. Наприкінці минулого року було підвищено квоти на експорт низки українських товарів. Зокрема, на кукурудзу на 650 тис. т, пшеницю – на 100 тис. т, ячмінь – на 350 тис. т, крупу й оброблене зерно – на 7,8 тис. т, овес – на 4 тис. т, мед – на 3 тис. т, виноградний сік – на 500 т, оброблені томати – на 5 тис. т. Отже, розмір квоти безмитного експорту до ЄС у 2017 р. на яблучний та виноградний соки становив 12 тис. т, круп та борошна – 6,6 тис. т, цукру – 20,07 тис. т, кукурудзи – 450 тис. т (на 50 тис. т більше, ніж у 2016 р.). Як уже зазначалося, по низці видів продукції квоти не використовувалися взагалі. Це передусім стосується м'ясної (яловичина, свинина, баранина) та молочної (молоко, згущене молоко, вершки, йогурти, вершкове масло, молочні пасти та ін.) продукції. Водночас квоти на мед і кукурудзу, виділені на 2017 р., були вичерпані повністю.

Переважно це ті, які виділяються за принципом ліцензування. Квоти були вибрані в повному обсязі з двох основних причин: по-перше, сьогодні в Україні недостатньо сертифікованих підприємств, здатних забезпечити виконання обсягів експорту за квотами; по-друге, продукція українських виробників здебільшого не відповідає санітарним і фітосанітарним нормам, а також стандартам якості, що пред'являються до даних товарів в ЄС.

Україна має квоту на постачання в ЄС 16 тис. т м'яса птиці, при цьому ЄС має квоту на поставку в Україну 8 тис. т м'яса птиці. У рамках квоти мита не утримуються. Якщо продук-

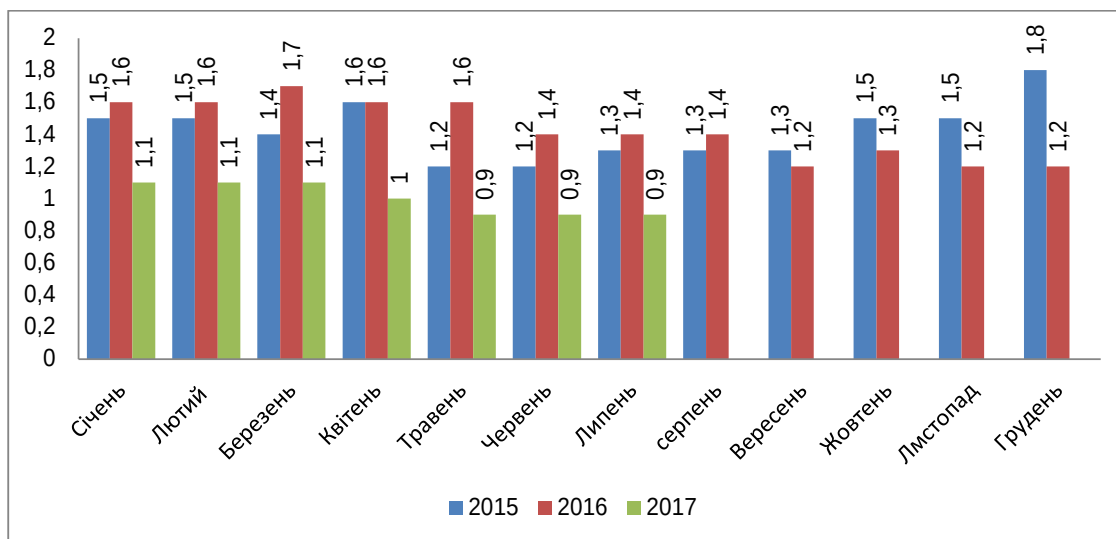


Рис. 2. Місячні обсяги експорту української продукції до ЄС протягом 2015–2017 рр., млрд. дол. США



Рис. 3. Динаміка експорту до ЄС за товарними групами протягом 2015–2017 рр.

Джерело: розраховано на основі даних Державної служби статистики України та Державної фіскальної служби України

цію поставляють понад квоти, то треба платити мито від 30 до 100 євро за 100 кг м'яса птиці. За 2017 р. Україна вибрала всю квоту на поставку м'яса птиці в ЄС, але понад квоти поставила в ЄС ще більше 50 тис. т м'яса птиці. Водночас з ЄС в Україну було поставлено м'яса птиці близько 11 тис. т. І найголовніше те, що всього за 2017 р. Україна поставила на експорт близько 280 тис. т м'яса птиці. Тому хоча квоти це добре, але вони мало впливають на експорт.

Повна відсутність експорту по інших квотах зумовлена такими чинниками, як: невідповідність державної системи контролю якості продуктів санітарним і фітосанітарним нормам ЄС; низька якість виробленої продукції; нерозуміння українськими експортерами особливостей цільових ринків; непоінформованість про можливість експорту і невміння ними користуватися; відсутність державних програм та інституцій із розвитку сільськогосподарського експорту.

Ще одна перешкода для заповнення квот – перевищення пропозиції над попитом усередині ЄС. Наприклад, у 2017 р. квота на ячмінь була практично не використана. Причина – відмінний урожай ячменю в Європі, який становив 59,7 млн. т за обсягу річного споживання на рівні 53 млн. т. Ціни впали так, що українським аграріям довелося шукати для ячменю інші ринки збуту.

Ще одна важлива причина невикористання квот – недостатній обсяг виробництва в Україні. Приміром, у 2017 р. взагалі не експортувалася свинина. Однак ця квота і не могла бути використана, оскільки Україна досі не отримала схвалення Єврокомісії на експорт продукції свинарства. Хоча навіть якщо воно буде отримано, величезний внутрішній дефіцит буде стримувати зовнішню торгівлю цим товаром.

Така ж ситуація з бараниною і часником. Україна отримала невеликі квоти на експорт цих

товарів, проте ми споживаємо в 10 разів більше часнику, ніж виробляємо. Дефіцит покривається переважно закупівлями в Китаї. Відповідно, продавати в ЄС нам просто нічого. Виробництво баранини в Україні покриває тільки 17% від внутрішнього попиту.

Важливі не тільки квоти, важливий доступ на ринок ЄС.

Торгівля й економічні взаємини з ЄС будуються не тільки на успішності виконання Україною зобов'язань за квотами. Незначний обсяг їх використання скоріше говорить про те, що ми не виконуємо низку обов'язкових вимог європейського ринку. Українські виробники повинні підвищити якість і безпеку своєї продукції. Своєю чергою, щоб підлаштуватися під вимоги ЄС, українським аграріям необхідні відповідні законодавчі і фінансово-економічні умови. Таким чином, ЗВТ – це інструмент стимулювання проведення реформ і поліпшення якості продукції, а квоти – лише один з індикаторів їх успішності. Тільки від українського уряду і бізнесу залежить, чи будуть вони збільшуватися.

Отже, доступ на ринок Європи забезпечить підвищення якості української продукції й на внутрішньому ринку.

У Європейського Союзу є жорстка політика захисту своїх сільськогосподарських виробників. Її характер зумовлений необхідністю забезпечення продовольчої безпеки, цінової стабільності, доходів фермерів, розвитком аграрних технологій, а також низкою інших чинників.

Але ще більш жорстка політика щодо якості та безпеки продукції. Щоб товар українських аграріїв потрапив на полиці європейських супермаркетів, він повинен відповідати високим стандартам якості.

Виконання цих вимог дає масу супутніх переваг. Відповідаючи їм, українські виробники

зможуть отримати доступ і до ринків багатьох інших країн. Наявність європейських сертифікатів якості та безпеки продукції значно спрощує вихід на ринки Азії, латиноамериканських, африканських та інших держав.

Тут ми повертаємося до продукції з більшою доданою вартістю – з переробленої сировини. Зверніть увагу: в 2017 р. саме на неї припадає найбільший відсоток невиконаних квот.

Раніше Україну називали хлібним кошиком Європи. З погляду економічної стратегії зараз слід сфокусуватися на тому, щоб перетворити український АПК у продуктивний кошик, тобто збільшити експорт продукції з більшою доданою вартістю. І його зростання останнім часом – дуже оптимістичний крок у даній стратегії.

До того ж квоти по харчовій продукції – це, перш за все, додаткові можливості для малого та середнього агробізнесу. У списку квот присутні ячмінь, пшениця, кукурудза та інші сільськогосподарські продукти, які в Україні виробляють і експортують великі агрохолдинги. Однак у цьому ж списку є такі позиції, як часник, гриби, баранина, які не виробляються в промислових масштабах. Їх розмір невеликий: 500 т – на часник, 500 т – на гриби і 500 т – на баранину. Великі агрохолдинги не зацікавлені в малих обсягах і не будуть інвестувати в таку продукцію. Проте для малих і середніх фермерських господарств це відкриває перспективну нішу.

Послідовні кроки української сторони щодо реалізації положень Угоди про асоціацію з ЄС у разі його підписання дадуть змогу сформувати позитивний портрет України у інвесторів, що забезпечить приплив інвестицій у вітчизняну економіку, зокрема у сільськогосподарський сектор як галузь, яка має великий потенціал зростання.

Якщо ми будемо чітко слідувати плану заходів: адаптації нашого законодавства, зменшенню навантаження на бізнес, певних реформ у податковому законодавстві, звичайно, інвестор буде зацікавлений, ураховуючи потенціал нашої країни, відкривати тут виробництво, інвестувати в Україну, особливо в аграрний сектор.

Для мінімізації ризиків і використання можливостей для агропромислового комплексу внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом необхідно реалізувати низку заходів державної аграрної політики, що не суперечитимуть принципам державної підтримки та регулювання аграрного ринку, передбачених Угодою, які забезпечать умови для підвищення конкурентоспроможності виробництва продукції АПК. Зусилля слід сконцентрувати на:

- прискоренні процесу впровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості продуктів харчування (НАССР, ISO, EN, Кодексу Аліментаріус) у сфері агропромислового виробництва;

- розробленні системи моніторингу зовнішньоторговельних операцій із країнами ЄС

як механізму оперативного реагування на кон'юнктурні зміни аграрного ринку;

- сприянні розвитку дрібнотоварного сільськогосподарського виробництва, у т. ч. правовій регламентації діяльності особистих селянських господарств населення та розробленні механізму їх трансформування у фермерські господарства, що дасть змогу забезпечити інтеграцію особистих господарств населення у ринкові механізми функціонування аграрного сектору;

- заохоченні кооперативного руху на селі, спрямованого на спільне ведення господарської діяльності окремими суб'єктами господарювання, що дасть змогу зменшити витрати на виробництво і реалізацію сільськогосподарської продукції.

Для цього необхідно здійснити такі першочергові заходи:

1. Кабінету Міністрів України, Міністерству аграрної політики та продовольства України: активізувати роботу з міжнародними донорськими організаціями (ЄБРР, USAID, Світовим банком тощо) щодо розроблення та реалізації проектів технічної допомоги для гармонізації національної системи технічного регулювання та стандартів в агропромисловому виробництві до європейських та міжнародних норм (НАССР, ISO, EN, Кодекс Аліментаріус); ініціювати розроблення з подальшим розміщенням на офіційному веб-сайті Мінагрополітики рекомендацій щодо впровадження сільгоспвиробниками та переробними підприємствами необхідних змін у господарській та виробничій діяльності, які призведуть до підтвердження їх продукції та виробничих процесів європейським та міжнародним нормам якості та безпечності; забезпечити проходження у ВР України до їх прийняття проектів законів України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо безпечності харчових продуктів» № 3102 від 20.08.2013, «Про державний контроль у сфері забезпечення безпечності та якості харчових продуктів і кормів, благополуччя тварин» № 4986 від 02.06.2014, «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо ідентифікації та реєстрації тварин» № 4987-1 від 16.06.2014, «Про побічні продукти тваринного походження, що не призначені для споживання людиною» № 3357 від 04.10.2013.

2. Кабінету Міністрів України, Міністерству аграрної політики та продовольства, Міністерству економічного розвитку і торгівлі України постійно здійснювати моніторинг зовнішньоторговельних операцій між Україною та ЄС, щоб у разі перевищення вітчизняними компаніями пропозиції щодо експортних поставок продукції понад встановлені Угодою квоти виступити ініціатором проведення консультацій з ЄС із приводу перегляду обсягів квот, а також ставок ввізних мит.

3. Кабінету Міністрів України, Міністерству аграрної політики та продовольства України, Державній

службі України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва забезпечити особистим селянським господарствам, які виявили бажання здійснити трансформацію у фермерське господарство сімейного типу, можливість реєстрації такого господарства за принципом «єдиного вікна».

4. Кабінету Міністрів України, Міністерству аграрної політики та продовольства, Міністерству фінансів України внести зміни до податкового законодавства України в частині звільнення фермерських господарств від сплати податків (за винятком земельного податку і збору на обов'язкове державне пенсійне страхування), якщо їхній річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 100 тис. євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

5. Кабінету Міністрів України, Міністерству аграрної політики та продовольства України за підтримки дрібнотоварного сільськогосподарського виробництва стимулювати нарощування якісних показників виробництва замість кількісних. Для цього переорієнтувати фінансову допомогу у вигляді дотації господарствам населення за утримання та збереження молодняка великої рогатої худоби на збільшення видатків за бюджетним напрямом «Надання кредитів фермерським господарствам» [2].

6. Міністерству аграрної політики та продовольства України сприяти відродженню кооперативного руху на селі шляхом підвищення рівня обізнаності голів сільських та селищних рад, сільського населення в питаннях організації та діяльності сільськогосподарських кооперативів, реалізації заходів державної підтримки розвитку сільськогосподарської кооперації, що дасть змогу зменшити витрати окремих виробників та фермерів на запровадження європейських та міжнародних стандартів безпеки та якості сільськогосподарської продукції [5].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. З урахуванням наявних проблем видається

доцільною реалізація заходів за такими основними напрямками, як: гармонізація вітчизняних стандартів на сільськогосподарську продукцію згідно зі стандартами ЄС; налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку; посилення кооперації господарств населення виробників сільськогосподарської продукції; налагодження співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції та дослідними установами.

Для підвищення конкурентоспроможності АПК необхідно вирішувати такі завдання:

- забезпечення сільськогосподарських товаровиробників сучасною технікою;
- створення новітніх технологій вирощування та підвищення врожайності сільськогосподарських культур, забезпечення приросту поголів'я худоби;
- фінансування сільськогосподарського виробництва та забезпечення фінансової підтримки виробників насіннєвого матеріалу, науково-дослідних установ, сортовипробувальних станцій;
- підготовка висококваліфікованих кадрів для села;
- вдосконалення цінової політики;
- врахування специфіки виробництва сільськогосподарської продукції у регіонах.

Серед перспективних напрямів процесу адаптації аграрного сектору до вимог європейської аграрної моделі також можна виділити подальше вдосконалення цільових програм державної підтримки сільського господарства. Використання двох основних векторів державної політики підтримки: внутрішнього, пов'язаного з удосконаленням форм прямої та непрямої державної підтримки, і зовнішнього, зорієнтованого на перехід до єдиних норм і правил торговельно-економічних відносин у рамках членства України в СОТ, повинно забезпечити цілеспрямоване надходження пілг безпосередньо до товаровиробників, гарантуючи їм доступний та прозорий доступ до бюджетних коштів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Екель Г.В. Організаційно-економічний механізм інтеграції підприємств Агропромислового комплексу до світового ринку. Збірник наукових праць ВНАУ. Серія «Економіка». 2012. № 9(1). С. 256–264.
2. Зінчук Т.О. Євроінтеграційна перспектива аграрного сектора економіки України: теорія, методологія, практика: дис. ... д-ра ек. наук: 08.00.03. К., 2009. URL: <http://www.dlib.com.ua>.
3. Можливості і застереження щодо наслідків введення в дію положень Угоди про асоціацію між ЄС та Україною: наук. доп. / за ред. акад. НАН України В.М. Геєця, чл.-кор. НААНУ Т.О. Осташко, д-ра екон. наук В.О. Точиліна; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув». К., 2013. 98 с.
4. Нестеренко О. Агропродовольчий експорт з України до країн ЄС в умовах дії автономного преференційного торговельного режиму. Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. 2015. № 3. С. 95–100.
5. Русан В.М. Оцінка перспектив та можливостей для агропромислового комплексу України внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Аналітична доповідь. К.: НІСД, 2014. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1633>.
6. Перспективи розвитку вітчизняного аграрного сектору у зв'язку з підписанням Україною економічної частини Угоди про асоціацію з Європейським Союзом / М.І. Пугачов, Ю.О. Лупенко, В.І. Власов та ін.; за ред. Ю.О. Лупенка, М.І. Пугачова. К.: ННЦ ІАЕ, 2014. 44 с.
7. Пугачов М.І., Мельник А.О. Інтеграційні альтернативи для АПК України в умовах світової економічної кризи. Економіка АПК. 2014. № 4. С. 28–32.

8. Діброва А.Д., Одосій О.В. Перспективи поглибленої вільної торгівлі між ЄС та Україною для агропродовольчого ринку. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2013. Вип. 181. С. 122–134.
9. Товарна структура зовнішньої торгівлі України (щомісячна інформація) // Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Угода про асоціацію між Україною та ЄС і його державами-членами / Комітет з питань європейської інтеграції Верховної Ради України. URL: <http://comeuroint.rada.gov.ua/>.
11. Шубравська О.В., Прокопенко К.О. Інтеграційні перспективи України: переваги і ризики для аграрного сектору. Економіка України. 2014. № 1. С. 63–73.

ФІСКАЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА БЕЗПЕКОЗНАВЧІ АСПЕКТИ

FISCAL REGULATION OF FOREIGN TRADE ACTIVITY IN UKRAINE. INSTITUTIONAL SUPPORT AND SECURITY ASPECTS

Шупрудько Н.В.

аспірант кафедри економіки та економічної безпеки,
Львівський державний університет внутрішніх справ
Міністерства внутрішніх справ України

Статтю присвячено дослідженню теоретичних засад фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності. Розглянуто особливості інституційного забезпечення фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні. Визначено вагому роль фіскального регулювання у забезпеченні економічної безпеки держави. Подано авторське бачення місця фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності у структурі економічної безпеки держави.

Ключові слова: фіскальне регулювання, зовнішньоторговельна діяльність, інституційне забезпечення, економічна безпека держави.

Статья посвящена исследованию теоретических основ фискального регулирования внешнеторговой деятельности. Рассмотрены особенности институционального обеспечения фискального регулирования внешнеторговой деятельности в Украине. Определена роль фискального регулирования в обеспечении экономической безопасности государства. Представлен авторский взгляд на место фискального регулирования внешнеторговой деятельности в структуре экономической безопасности государства.

Ключевые слова: фискальное регулирование, внешнеторговая деятельность, институциональное обеспечение, экономическая безопасность государства.

The article is devoted to the theoretical principles of fiscal regulation of foreign trade activity. Features of institutional support of fiscal regulation of foreign trade activity in Ukraine are considered. The role of fiscal regulation in securing economic security of the state is established. The author's vision of the place of fiscal regulation of foreign trade activity in the structure of economic security of the state is presented.

Key words: fiscal regulation, foreign trade activity, institutional support, economic security of the state.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Визначення стратегічних векторів нашої держави на залучення до глобального господарського механізму, лібералізацію зовнішньоекономічної політики та інтеграцію до європейської спільноти ставить на вищий щабель питання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання й, зокрема, здійснення зовнішньоторговельної діяльності. Беззаперечним є те, що сучасний стан інтеграції національних економічних систем вимагає пошуку пріоритетних механізмів регулювання зовнішньоторговельної діяльності та ефективної дієздатності інституційного середовища як визначального чинника позитивних тенденцій в економіці. Адже від злагодженої взаємодії інститутів залежить зростання важливих економічних показників, як-от номінальний ВВП, обсяги надходжень у бюджет від зовнішньоторговельної діяльності, прибутків підприємств і

доходів домогосподарств. Тому функціонування ефективного, прозорого та дієвого інституційного забезпечення фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності України в умовах фінансово-економічної, політичної нестабільності та широкомасштабності існування гібридних загроз повинно стати домінуючим інструментом досягнення стратегічних цілей економічного зростання та сталого розвитку, виведення держави на траєкторію безпечного економічного виміру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Багатоаспектність проблематики розвитку регуляторної політики у зовнішньоторговельній діяльності та її інституційного забезпечення знайшла віддзеркалення у численних наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених: Т. Веблена, В. Гесця, А. Гриценко, С. Кірдіна, В. Клімчик, Дж. Коммонса, В. Мітчелла, Д. Норта, О. Чаусовського та ін.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Багато аспектів цієї наукової проблеми залишаються дискусійними, недостатньо розкритими та слабо обґрунтованими. Важливість досягнення злагодженості інституційного середовища фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні, відсутність ґрунтовних наукових напрацювань щодо значення та ролі фіскального регулювання у забезпеченні економічної безпеки України, визначення його місця в ієрархічній декомпозиції структурних безпекотвірних складників зумовили визначення вектору даного дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Зважаючи на актуальність теми дослідження та своєчасність її розгляду в умовах мінливих дестабілізаційних економічних процесів, метою статті є ґрунтовне висвітлення питання інституційного забезпечення фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні, у тому числі в контексті безпекознавства.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Виокремлення фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в окрему одиницю наукового дослідження актуалізує необхідність обґрунтування даної дефініції, її інституційного середовища та формування системи інститутів і визначення ролі в забезпеченні безпечної міри економічного сектору держави.

Під фіскальним регулюванням зовнішньоторговельної діяльності слід розуміти динамічну систему державних регулятивних заходів із використанням інструментів, важелів, стимулів та санкцій, за допомогою яких забезпечується захист національних економічних інтересів. Основними елементами фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності є фіскальні важелі (імпортне та експортне мито, податок на додану вартість, акцизний податок, видатки з державного бюджету на зовнішньоторговельну діяльність). Своєю чергою, дія фіскальних важелів реалізується через фіскальні інструменти: ставки податків, норми і нормативи, розміри дотацій, субвенцій і субсидій, умови кредитування і страхування, норми амортизаційних відрахувань. Окрім того, до елементів фіскального регулювання належать фінансові стимули (податкові пільги, бюджетні кредити, прискорення амортизації) та фінансові санкції (пеня, штраф, відміна бюджетного фінансування).

Об'єктивна потреба у здійсненні аналізу інституційного середовища в Україні і його впливу на ефективність функціонування фіскального інструментарію держави зумовлена тим, що воно є вагомим засобом забезпечення економічного зростання країни та її соціально-економічного розвитку.

Більшість наукових підходів до пояснення економічного зростання до недавнього часу або зовсім не брала до уваги наявність інституційних

чинників, або мала на увазі їх наявність, однак не аналізувала докладно їхню роль. Інтерес до інституціоналізму викликаний спробою перебороти обмеженість низки передумов, характерних для ортодоксального «економіксу» (аксіома повної раціональності, абсолютної інформованості, досконалої конкуренції, встановлення рівноваги лише за допомогою цінового механізму тощо), розглянути сучасні економічні, соціальні і політичні процеси комплексно, всебічно та спробою проаналізувати явища, що виникли в епоху науково-технічної революції, застосування до яких традиційних методів дослідження не давало бажаного результату [20].

Після Другої світової війни з окремої течії інституціоналізм перетворився на елемент економічної теорії, з одного боку, або на метод загального аналізу процесів та зсувів у реальній економічній системі – з іншого [14]. Представник такого напрямку державного втручання в економічні процеси Дж. Коммонс був переконаний у необхідності збільшення державного втручання в економіку [22]. Р. Коуз у праці «Природа фірми» надавав перевагу законотворчій діяльності держави. Ним доведено, що коли трансакція супроводжується витратами, інститути набувають значення, а трансакцій із нульовими витратами в реальному світі практично не існує [21]. Відомий інституціоналіст Д. Норт відзначає, що витрати трансакцій відображають зміст усього комплексу інститутів, формальних і неформальних, які утворюють економічну систему або в більш загальному плані суспільство у цілому. Ця загальна інституційна структура у кінцевому підсумку визначає витрати трансакцій на рівні індивідуальних контрактів, і коли економісти дискутують про ефективні ринки, вони просто мають на увазі розвинену систему обмежень [16, с. 91].

Українські вчені-економісти також не ставлять під сумнів визначальну роль інституційного середовища, знаходячи цьому безліч підтверджень з економічних реалій України. Зокрема, А. Гриценко відзначає, що неокласична, й особливо монетаристська, методологія, що панувала з початку процесу трансформації (з її орієнтацією на саморегулювання ринку і ринкові механізми як панацеєю від всіх бід), нав'язана Заходом і міжнародним валютним фондом, виявилася неспроможною. Вона не змогла дати теоретичний інструментарій для розуміння того, що відбувається в суспільстві й економіці в умовах ринкової трансформації. Це цілком зрозуміло, якщо враховувати те, що ця методологія відображає функціонування збалансованої економіки [2, с. 155].

Формування інститутів здійснюється залежно від того, як відбувається зміна базових інститутів новими. Найбільш доцільним є такий тип перетворення, коли економіка й суспільство у цілому відтворюють економічні інститути минулого, поступово вносячи до них зміни. Так, С. Кірдіна зазначає, що прогрес країни є розвитком прибуткового їй інституційного середовища [9].

В. Гесць вважає, що інституційні критерії ґрунтуються на врахуванні конкретно-історичних умов тієї чи іншої країни, наступності традицій, ідей, духовного світу населення, системи ціннісних уявлень [1, с. 19]. Основними структурними одиницями інституційного середовища країни є інститути, які структурують акти взаємодії між людьми та здійснюють контроль над виконанням правил та норм поведінки [1, с. 20].

Процес дослідження інститутів, які впливають на здійснення зовнішньоторговельної діяльності, включає у себе визначення [10]: функцій, завдань та обов'язків органів, що здійснюють регулювання зовнішньоторговельної діяльності; інструментарію, який застосовується цими органами; усталених реалій та поведінки суб'єктів; причини, які змінюють інститути регулювання або їх поведінку.

Регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні здійснюють інститути законодавчої та виконавчої влади на всіх рівнях, а також міжнародні організації, членом яких є Україна (табл. 1).

Перелік і повноваження інститутів державної влади, що здійснюють регулювання зовнішньоторговельної діяльності, а також форми її державного регулювання та контролю визначаються Господарським кодексом України та законами України. Основним законом є Конституція України, де в ст. 18 указано, що зовнішньополітична діяльність України спрямована на забезпечення її національних інтересів і безпеки шляхом підтримання мирного і взаємовигідного

співробітництва з членами міжнародного співтовариства за загально визнаними принципами і нормами міжнародного права. У ст. 9 додається: «Чинні міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства України» [13, с. 141].

Основні засади державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності визначається у ст. 8 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Україна самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на своїй території, принципи якого визначено у ст. 2 цього ж Закону [7]. У рамках даного Закону сформувався і регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

У процесі еволюції інституційного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності в Україні було прийнято три митних кодекси (перший – від 12.12.1991, другий – від 11.07.2002 і третій – від 13.03.2012). Митним кодексом України встановлено порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоторговельної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової про-

Таблиця 1

Інститути, що регулюють зовнішньоторговельну діяльність в Україні

Найменування інституту	Особливості діяльності та повноваження
Верховна Рада України	Приймає, змінює та скасовує закони, що стосуються зовнішньоторговельної діяльності; затверджує головні напрями зовнішньоекономічної політики України; затверджує загальнодержавні програми економічного, науково-технічного, соціального, національно-культурного розвитку, охорони навколишнього середовища; розглядає затвердження та зміну структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, укладання міжнародних договорів України та приведення чинного законодавства України відповідно до правил, встановлених цими договорами; встановлює спеціальні режими зовнішньоекономічної діяльності на території України; затверджує списки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню або забороняється.
Президент України	Здійснює керівництво зовнішньополітичною діяльністю держави, ведучи переговори та укладаючи міжнародні договори України, підписуючи закони, прийняті Верховною Радою України, щодо проведення зовнішньоторговельної діяльності.
Кабінет Міністрів України	Вживає заходи щодо здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України; вносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції про систему міністерств, державних комітетів і відомств – органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності; у рамках реалізації зовнішньоекономічної політики держави здійснює регулювання зовнішньоторговельної діяльності.
Національний банк України	Здійснює зберігання і використання золотовалютного резерву України та інших державних коштовностей, що забезпечують платоспроможність України, та визначає курс грошової одиниці стосовно інших валют, установлює та регулює нормативи обов'язкового продажу валютної виручки для зовнішньоторговельних агентів.

(Закінчення таблиці 1)

Найменування інституту	Особливості діяльності та повноваження
Міністерство економічного розвитку і торгівлі України	Забезпечує реалізацію єдиної державної політики економічного, соціального, регіонального розвитку та розвитку країни у цілому, а також співробітництва з ЄС та іншими країнами, моніторинг експорту та імпорту з усіма країнами-партнерами; здійснює моніторинг та координацію зовнішньоторговельної діяльності.
Міністерство фінансів України	Приймає участь у регулюванні зовнішньоторговельної діяльності координуючи звітність експортно-імпортних операцій та даючи методичні вказівки щодо ведення їх обліку.
Державна фіскальна служба України	Реалізація державної податкової політики та політики у сфері державної митної справи, державної політики у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового, митного законодавства, державної політики у сфері контролю над своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установленій законом строк; контроль над своєчасністю подання платниками податків передбаченої законом звітності, своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати податків і зборів, єдиного внеску, митних та інших платежів; здійснення обліку платників податків та єдиного внеску, осіб, які здійснюють операції з товарами, що перебувають під митним контролем, об'єктів оподаткування та об'єктів, пов'язаних з оподаткуванням; забезпечення ведення обліку податків і зборів, платежів; здійснення диференціації платників податків; застосування адміністративного арешту майна платників податків та зупинення видаткових операцій на їх рахунках у банках, фінансових санкцій до платників єдиного внеску; здійснення погашення податкового боргу платників податків, а також стягнення своєчасно ненарахованих, або несплачених сум єдиного внеску з платників єдиного внеску; проведення роботи з відстрочення, розстрочення та реструктуризації грошових зобов'язань та податкового боргу, погодження з Міністерством фінансів України рішення про розстрочення (відстрочення) грошових зобов'язань платників податків чи податкового боргу на строк, що виходить за межі одного бюджетного періоду, здійснення в межах повноважень, передбачених законом, списання безнадійного податкового боргу; запобігання і протидія контрабанді та порушенням митних правил на митній території України.
Антимонопольний комітет України	Здійснює контроль над додержанням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності антимонопольного законодавства.
Торгово-промислові палати	Надають практичну допомогу підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, сприяють розвитку експорту українських товарів та послуг, для чого надають своїм членам широкий спектр професійних послуг, у тому числі консультаційних, із питань зовнішньої торгівлі та оцінки ринків, проводять незалежну експертизу товарів, здійснюють оцінку рухомого і нерухомого майна, нематеріальних активів, надають послуги зі штрихового кодування товарів, патентно-ліцензійні послуги, оформляють документацію з метою забезпечення захисту прав на інтелектуальну власність та ін.
Органи територіального регулювання зовнішньоторговельної діяльності	Забезпечення виконання зобов'язань за міжнародними договорами України на відповідній території; сприяння розвитку міжнародного співробітництва в галузі економіки, захисту прав людини, боротьби з тероризмом, екологічної безпеки, охорони здоров'я, науки, освіти, культури, туризму, фізкультури і спорту; укладання договорів з іноземними партнерами про співробітництво в межах компетенції, визначеної законодавством; сприяння зовнішньоекономічним зв'язкам підприємств, установ та організацій, розташованих на її території, незалежно від форм власності; сприяння розвитку експортної бази і збільшенню виробництва продукції на експорт; організація прикордонної і прибережної торгівлі; сприяння діяльності митних органів та прикордонних служб, створенню умов для їх належного функціонування; внесення у встановлений порядок до відповідних органів пропозиції щодо залучення іноземних інвестицій для розвитку економічного потенціалу відповідної території.
Міжнародні органи, що здійснюють регулювання зовнішньоекономічної діяльності	Налагодження і розвиток співробітництва у зовнішньоекономічній сфері. До їх складу входять міжнародні міжурядові установи та організації і міжнародні неурядові установи і організації.

Джерело: складено автором

дукції під час її ввезення на митну територію України, запобігання та протидія контрабанді, боротьби з порушеннями митних правил, організації і забезпечення діяльності органів доходів і зборів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної політики у сфері державної митної справи. Правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, визначаються Податковим кодексом України, крім правил оподаткування товарів митом, які встановлюються Митним кодексом України та іншими законами з питань митної справи [17].

У процесі реформування законодавчого базису фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності України, згідно з дослідженням В. Мартинюка, можна виділити три основні етапи [19]:

1-й етап (1991–1992 рр.) – розроблення й набрання чинності Митним кодексом України від 12.12.1991 № 1970–XII [15], який певною мірою базувався на нормах попереднього кодифікаційного акта СРСР. Також саме у цей період прийнятий один з основоположних документів, який і сьогодні не втратив своєї актуальності, – Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959–XII [7].

2-й етап (1992–1996 рр.) – ухвалення низки законів України, підзаконних нормативно-правових актів, що сформували базис для подальшої розбудови митної системи України та відображали перехід митної політики держави від протекціоністської до помірковано ліберальної. Зокрема, був прийнятий Закон України «Про Єдиний митний тариф» від 05.02.1992 № 2097–XII [3], яким визначено види і ставки мита, що можуть застосовуватися, а також порядок справляння мита й митні преференції. Також саме у цей період, 19 червня 1992 р., прийнято Постанову Верховної Ради України «Про приєднання України до Конвенції про створення Ради митного співробітництва 1950 року» [18], згідно з якою наша держава стала повноправним членом даної організації. Також у цей період були прийняті основні закони зі сфери оподаткування.

3-й етап (1996–2002 рр.) – період формування нормативно-правової бази з питань митної справи. Саме у цей час прийнято три закони, спрямовані на захист вітчизняного ринку від недобросовісної іноземної конкуренції, які згодом дістали неофіційну назву «Антидемпінговий кодекс України», а саме: Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» від 22.12.1998 № 330–XIV [5], Закон України «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» від 22.12.1998 № 331–XIV [6] та Закон України «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» від 22.12.1998 № 332–XIV [4].

На думку автора, можна виділити ще четвертий і п'ятий етапи.

4-й етап (2002–2010 рр.) – прийняття 11 липня 2002 р. Митного кодексу України, яким було

встановлено новий порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової продукції під час її ввезення на митну територію України, запобігання та протидія контрабанді, боротьба з порушеннями митних правил, організація і забезпечення діяльності органів доходів і зборів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної політики у сфері державної митної справи, становлять державну митну справу. Також важливою подією у цьому періоді став вступ у 2008 р. України до Світової організації торгівлі, що також призвело до змін у вітчизняному законодавстві.

5-й етап (з 2010 р.) – прийняття 2 грудня 2010 р. першого в історії незалежної України Податкового кодексу, а також прийняття 13 березня 2012 р. третього Митного кодексу України. Підписання у 2014 р. економічної угоди з ЄС та низки угод з іншими країнами, які також змінили умови зовнішньої торгівлі з країнами-партнерами.

Говорячи про роль фіскального регулювання у забезпеченні економічної безпеки держави, слід зазначити, що в даному контексті вона вбачається у протидії економічним утратам держави від різних протиправних схем переміщення товарів, вантажів, транспортних засобів через митний кордон держави.

Наукові дослідження проблематики забезпечення економічної безпеки держави почали проводитися з початку 90-х років ХХ ст. у зв'язку з появою низки новітніх загроз для економічної безпеки України та її регіонів. Термін «економічна безпека держави» виникає під впливом глобалізації та інтернаціоналізації світогосподарських зв'язків і спочатку використовувався на рівні міжнародних економічних відносин як сукупність окремих кількісних і якісних характеристик окремих країн [12]. Офіційного статусу термін «економічна безпека» набув 1985 р., коли на 40-й сесії Генеральної Асамблеї ООН була прийнята резолюція «Міжнародна економічна безпека». У ній відзначалася необхідність сприяння забезпеченню міжнародної економічної безпеки з метою соціально-економічного розвитку і прогресу кожної країни [11].

Наукові дослідження проблем економічної безпеки в ХХІ ст. наполягають на неприпустимості розуміння сутності безпеки як «стану захищеності». І одні з теоретико-філософського погляду пропонують розглядати поняття «безпеки» як сукупність умов існування суб'єкта, що контролюються ним [8]. Інші на основі інституціонального підходу виділяють сутність безпеки



Рис. 1. Місце фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в системі економічної безпеки держави

Джерело: складено автором

в умовах діяльності суб'єкта, що характеризується сукупністю умов, за яких забезпечується здатність держави і суспільства до самозбереження і розвитку [12].

Незважаючи на наявність двох концептуальних підходів до трактування змісту поняття «безпека», поза сумнівом залишається методологія дослідження. Безпека – це синергетичне поняття, яке комплексно відображає узагальнений стан її складників і досліджувати яке необхідно через систему індикаторів, національних економічних інтересів, чинників та загроз. Економічна безпека є однією зі складових частин національної безпеки. Крім неї, до цього багатогранного поняття належать геополітична, військова, інформаційна, екологічна та демографічна безпека. Своєю чергою, економічна безпека відображає причинно-наслідкові зв'язки між економічною могутністю країни, її військово-економічним потенціалом та національною безпекою і має власну структуру. На рис. 1 показано авторське бачення місця фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності у структурі економічної безпеки держави.

Як показує рис. 1, фіскальне регулювання зовнішньоторговельної діяльності має найбільший взаємозв'язок із фінансовим і зовнішньоекономічним складниками економічної безпеки держави та здійснює вплив на всі її інші складники, адже саме від цілей державної політики, що втілюються у життя через механізм фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності, залежать: розвиток реального сектору

економіки, наповнення державного бюджету фінансовими ресурсами, активізація міжнародної торгівлі, забезпечення якісним продовольством населення держави та вихід держави на траєкторію сталого економічного зростання.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Розвиток інститутів регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні є динамічним явищем і на нього впливають як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. Формування інституційного середовища повинно відбуватися з урахуванням позитивних досягнень минулого і потреб сьогодення. Побудова ефективної економіки і досягнення стабільного та високого її зростання значною мірою залежать від дієвого інституційного забезпечення фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні.

Беззаперечно, важливою є роль фіскального регулювання у забезпеченні економічної безпеки держави, яка вбачається у протидії економічним утратам держави від різних протиправних схем переміщення товарів, вантажів, транспортних засобів через митний кордон держави. Саме реалізація ефективного фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності може стати дієвим важелем здійснення позитивних економічних змін та одним із важливих напрямів зміцнення економічної безпеки України.

Подальші наукові дослідження спрямовані на визначення впливу процесів і механізмів фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності на рівень економічної безпеки України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Геєць В.М. Політична й економічна реформи: питання синхронізації. Економіка і прогнозування. 2001. № 4. С. 9–23.
2. Гриценко А.А. Особливості інституційної архітектури українського суспільства XXI століття. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку; за ред. В.М. Геєця. Київ: Фенікс, 2003. 1003 с.
3. Про Єдиний митний тариф: Закон України від 05.02.1992 № 2097–XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2097-12> (дата звернення: 09.09.2018).
4. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну: Закон України від 22.12.1998 № 332–XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/332-14> (дата звернення: 09.09.2018).

5. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України від 22.12.1998 № 330–XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14> (дата звернення: 09.09.2018).
6. Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту: Закон України від 22.12.1998 № 331–XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-14> (дата звернення: 09.09.2018).
7. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 №959-XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення: 09.09.2018).
8. Иващенко Г.В. О понятии «безопасность». Теоретический журнал CREDO. 2000. № 6(24). URL: <http://www.orenburg.ru/culture/credo/24/5.html>.
9. Кирдина С. Институциональная структура современной России: эволюционная модернизация. Вопросы экономики. 2004. № 10. С. 89.
10. Клімчик В.В. Інституційне забезпечення фіскального регулювання зовнішньоторговельної діяльності в Україні. Інноваційна економіка. 2014. № 4. С. 79–85.
11. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія. Київ: Лібра, 2003. 280 с.
12. Колісник О.Я. Бюджетна безпека у забезпеченні стратегії соціально-економічного розвитку держави: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08; Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль, 2009. 237 с.
13. Конституція України станом на 1 верес. 2016 р.: відповідає офіц. тексту. Харків: Право, 2016. 82 с.
14. Майбуров И.А. Реформирование налоговых систем. Теория, методология и практика: монография. Киев: Кондор, 2011. 352 с.
15. Митний кодекс України: Закон України від 12.12.1991 № 1970–XII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 09.09.2018).
16. Даглас Н. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки: монографія; пер. з англ. І. Дзюб. Київ: Основи, 2000. 198 с.
17. Податковий кодекс України: Закон України від 02 грудня 2010 р. № 2755-УІ. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 09.09.2018).
18. Про приєднання України до Конвенції про створення Ради Митного Співробітництва 1950 року: Постанова Верховної Ради України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2479-12> (дата звернення: 09.09.2018).
19. Мартинюк В.П. Фінансові аспекти розбудови митної системи в інтересах економічної безпеки України: монографія. Київ: Кондор, 2011. 326 с.
20. Чаусовський О.М. Економічні інститути: зміст і реформування у транзитивній економіці: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.01.01; Донецький національний ун-т. Донецьк, 2003. 27 с.
21. Coase R.H. The Nature of the Firm. URL: <http://www.sonomia.edu/users/e/eyler/426/coase1.pdf>.
22. Commons J.R. Institutional Economics: Its Place in Political Economy. New Brunswick, N.J., U.S.A: Transaction Publishers, 1990. 399 p.

ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТИВАННЯ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

THE INFLUENCE OF FOREIGN INVESTMENT ON THE SOCIO-ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Щербань О.Є.

магістр,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Сімахова А.О.

кандидат економічних наук,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Сучасний соціально-економічний стан України характеризується як кризовий через внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на національну безпеку. Іноземні інвестиції відіграють важливу роль у створенні сприятливих умов для соціально-економічного розвитку України. Найголовніше, що прямі іноземні інвестиції можуть бути джерелом не тільки капіталу, а й нових технологій, створення робочих місць, навичок управління та систем маркетингу. Ці ресурси, своєю чергою, стимулюють конкуренцію, розвиток інновацій, накопичення капіталу, а отже, створюють основу для підвищення добробуту населення та соціально-економічного зростання.

Ключові слова: іноземне інвестування, прямі інвестиції, соціально-економічна безпека України, розвиток.

Современное социально-экономическое положение Украины характеризуется кризисным состоянием через внутренние и внешние факторы, влияющие на состояние национальной безопасности. Иностранные инвестиции играют важную роль в создании благоприятных условий для социально-экономического развития Украины. Самое главное, что прямые иностранные инвестиции могут быть источником не только капитала, но и новых технологий, создания рабочих мест, навыков управления и систем маркетинга. Эти ресурсы, в свою очередь, стимулируют конкуренцию, развитие инноваций, накопление капитала, создают основу для повышения благосостояния населения и социально-экономического роста.

Ключевые слова: иностранное инвестирование, прямые инвестиции, социально-экономическая безопасность Украины, развитие.

The current socio-economic state of Ukraine is characterized by a crisis state through internal and external factors that affect the state of national security. Foreign investments play an important role in creating favorable conditions for the socio-economic development of Ukraine. Most importantly, direct foreign investment can be a source not only for capital, but also for new technologies, job creation, management skills and marketing systems. These resources, in turn, stimulate competition, develop innovation, accumulate capital, and thus create the basis for increasing the welfare of the population and socio-economic growth.

Key words: foreign investment, direct investments, social and economic security of Ukraine, development.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасній економіці одним із чинників, що впливає на ефективний соціально-економічний розвиток, є масштабні інвестиції, що забезпечують оновлення існуючих галузей та підприємств, удосконалюють систему менеджменту, впроваджують нові технології та відновлюють такі передові інфраструктури, як виробництво, транспорт та ринок. Економічна криза в Україні негативно вплинула на інвестиційні процеси в державі. Це призвело до зниження інвестиційної привабливості країни, не повного використання наявного потенціалу. Отже, в умовах

трансформації ринкової економіки ефективно використаний іноземний капітал може стати одним із ключових чинників соціально-економічного розвитку України та формування позитивного іміджу країни на світовій арені.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України, управління інвестиціями та ефективність використання інвестицій розглядалися відомими вітчизняними та зарубіжними вченими, серед яких: А. Сміт, М. Міллер, А. Хорст, В.Г. Андрійчук, О.Г. Білорусь, В.Г. Буткевич,

О.В. Гаврилук, Л.Я. Ванькович, С.І. Ковальчук, Н.В. Стукало, С.Е. Сардак, І.О. Стеблянко, Н.П. Мешко, О.В. Прокопенко, О.В. Клименко та ін. Проте практика господарської діяльності свідчить про наявність багатьох дискусійних питань, пов'язаних із національною безпекою країни.

Незважаючи на наявні дослідження розвитку іноземного інвестування в Україні різними авторами, у науковій літературі не досліджено вплив іноземного інвестування на соціально-економічну безпеку.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є вивчення впливу іноземної інвестиційної діяльності на стан соціально-економічної безпеки України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Прямі іноземні інвестиції відіграють надзвичайно важливу роль у глобальному бізнесі та міжнародних економічних відносинах. Позитивний вплив іноземного інвестування проявляється у забезпеченні фірми новими ринками та каналами маркетингу, дешевими

виробничими потужностями, доступом до нових технологій, продуктів, навичок та фінансування. Для приймаючої країни або іноземної фірми, яка отримує інвестиції, інвестування стає джерелом нових технологій, капіталу, процесів, продуктів, організаційних технологій та управлінських навичок, тому може стати потужним стимулом для економічного розвитку. В останні десятиліття прямі іноземні інвестиції стали відігравати важливу роль в інтернаціоналізації бізнесу. Реакція на зміни в технології, зростаюча лібералізація національної регуляторної бази, що регулює інвестиції в підприємства, та на ринках капіталу відбулися значні зміни в розмірах, масштабах і методах прямих іноземних інвестицій [1].

У сучасній світовій економіці прямі іноземні інвестиції відіграють значну роль і є загальною формою потоків капіталу. Головним мотивом прямих інвестицій є те, що такі інвестиції можуть забезпечити потреби бізнесу в капіталі, технічних ресурсах, організаційному досвіді [2, с. 4].

Існує кілька різних підходів до визначення прямих іноземних інвестицій серед різних авто-

Таблиця 1

Тлумачення поняття «прямі іноземні інвестиції» (ПІІ) різними авторами [3–11]

Автори	Тлумачення поняття «прямі іноземні інвестиції»
1. В.В. Білоцерківець, О.О. Загорня [3]	Інвестиції капіталу, зроблені для отримання доходу від бізнесу (прибутку) на основі довгострокових економічних інтересів, забезпечують інвестору контроль над об'єктом інвестування.
2. А. Мосса [4]	Процес, згідно з яким жителі однієї країни (країни походження) набувають право власності на активи для контролю виробництва, розподілу та іншої діяльності фірми в іншій країні (країні перебування).
3. О. Разіна, Е. Садка [5]	Інвестиції, що включають довгострокові відносини та відображають довготривалий інтерес та контроль над резидентом у країні джерела (іноземний прямий інвестор чи дочірня компанія) у країні перебування.
4. Н.А. Міклашевська, А.В. Голопов [6]	Певна частина міжнародних інвестицій, пов'язаних із процесом, коли резидент однієї країни (прямий інвестор) купує стійкий вплив на підприємство, яке проживає в іншій економіці (підприємство з прямих інвестицій). Прямі інвестиції передбачають довгострокові відносини між прямим інвестором та підприємством, а також значною частиною управління підприємством, що визначається.
5. С.М. Тесля [7]	Матеріальний та нематеріальний капітал, який виділяється державою, компанією або підприємцем на підприємства за кордоном, для отримання прибутку від бізнесу на умовах довгострокового економічного інтересу та право участі у прийнятті управлінських рішень.
6. І. Драбик [8]	Тип інвестицій, коли іноземний інвестор отримує довгостроковий відсоток для іноземного підприємства. Природа ПІІ вказує на профілі та контрольні мотиви, які супроводжують їх. Окрім очевидного мотивативного результату, другий мотив відображає необхідність прямого впливу інвестора на іноземну компанію через частку у статутному капіталі.
7. Т.В. Майорова [9]	Ділова операція, що означає отримати трохи грошей або майна капітальному фонду юридичної особи в обмін на корпоративні права, видані таким суб'єктом господарювання. Прямі інвестиції можуть бути визначені як процес, який виробляє будь-які цінності на основі інвестицій у контракти. Прямі інвестиції – це такі інвестиції, які становлять понад 10–25% капіталу компанії та мають право брати участь в управлінні підприємством.
8. Л.І. Катан [10]	Визначено два види прямих іноземних інвестицій: початкові інвестиції та реінвестиції, які включають передачу капіталу у формі кредитів та позик між прямими інвесторами та дочірніми компаніями.
9. С.Е. Сардак [11, с. 237]	Розглядає соціальне інвестування як процес, який здійснюється інвестором з урахуванням соціальних, моральних та екологічних наслідків інвестування.

рів. У табл. 1 представлені різні тлумачення поняття прямих іноземних інвестицій.

Таким чином, підсумовуючи різні точки зору, можна сказати, що ПІІ – це реальні інвестиції в активи підприємства, здійснені резидентом іншої іноземної держави на довгостроковий період для отримання стабільного доходу. Стійке економічне зростання в країні, таким чином, зумовлюється іноземним інвестуванням, інноваційним розвитком та ефективною системою менеджменту [12].

ПІІ пов'язані із соціально-економічною безпекою. Термін «соціально-економічна безпека» враховує необхідність витратити зусилля і підтримувати не тільки матеріальні умови для створення та розвитку людського капіталу, більш точно відображає складність розглянутого явища [18, с. 23]. Визначити соціально-економічну безпеку можна як поєднання економічних і соціальних умов, яке забезпечує стійке в тривалій перспективі виробництво найбільшої кількості економічних благ на душу населення оптимальним за певних обмежень способом із найбільшим ступенем незалежності від умов зовнішньої торгівлі та місця країни в світовій економічній системі [4].

Соціально-економічна безпека напряду пов'язана із забезпеченням гідних стандартів життя населення [13, с. 214]. Отже, дуже чітко простежується ланцюжок: іноземне інвестування – підвищення доходів – соціально-економічна безпека – гідний рівень життя населення.

Приплив прямих іноземних інвестицій до відкритості економіки може впливати на приватизацію національних підприємств. Проте наслідок може бути неоднозначним. Якщо компанія купується за конкурентною ціною і «чесним» інвестором, це викличе в майбутньому порожні ефекти [8]. Однак якщо компанія продає за низькою ціною, це може залучити спекулятивний капітал. Саме підприємство взагалі не може

одержувати інвестиційні ресурси, але тільки мати зобов'язання платити прибуток. У макроекономічному масштабі це загрожує погіршенню платіжного балансу країни [2].

Проаналізуємо ситуацію щодо ПІІ в Україні за останні роки. За даними Державної служби статистики України, на початок 2018 р. обсяг ПІІ в економіці становив 39 144,0 млн. дол. США. Динаміка впливу ПІІ в економіку України за період 2010–2018 рр. наведена на рис. 1.

Аналіз інформації, наведеної на рис. 1, свідчить про скорочення обсягів ПІІ в економіці України за досліджуваний період. На нашу думку, це пов'язано із кризовою ситуацією в національній економіці, військовими діями на Сході України, анексією Криму та політичною нестабільністю [19].

Важливо розглянути географічний розріз країн – інвесторів України (рис. 2).

Таким чином, як слідує з рис. 2, найбільшими прямими інвесторами для України є шість країн, але важливо зазначити, що чим більше різноманітність прямих інвесторів, тим менше ризиків залежить від політики цих інвесторів. Усі ці шість країн є європейськими країнами, які зацікавлені у співробітництві з Україною, що є вкрай важливим у рамках євроінтеграційних прагнень України [20].

Можна навести цілу низку аргументів на користь розвитку співробітництва з ЄС з урахуванням особливостей сучасного стану соціально-економічної безпеки України [7]:

1. Протягом десятиліть українські підприємства були фактично відокремлені від світового ринку. Отже, їх вихід на європейський ринок дуже важливий як джерело досвіду та практичних навичок конкурувати з виробниками інших країн, розробляти та впроваджувати стратегію виробничо-комерційної діяльності, що відповідає вимогам та тенденціям світового ринку.

2. Розвиток співпраці з ЄС буде сприяти повному використанню потенціалу України як

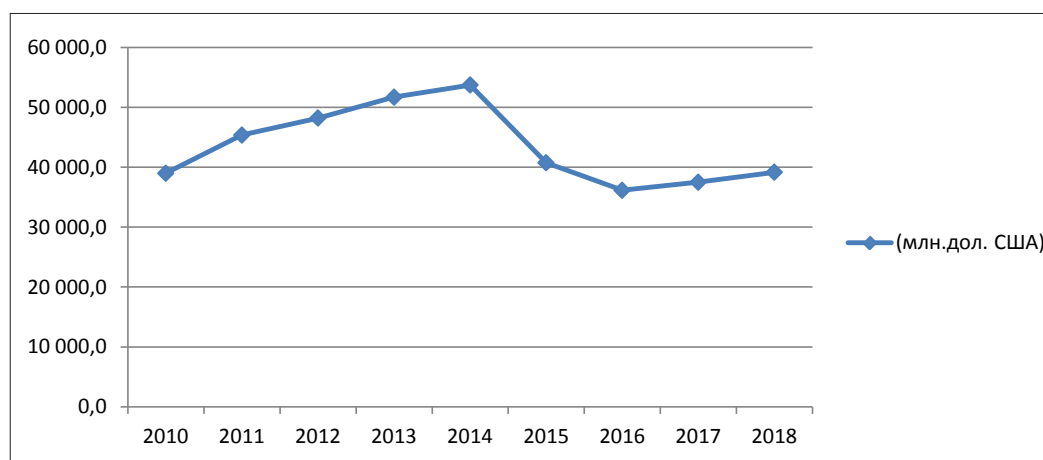


Рис. 1. Динаміка прямих іноземних інвестицій в економіку України в період 2010–2018 рр. (на початок року)

Джерело: складено за даними [16]

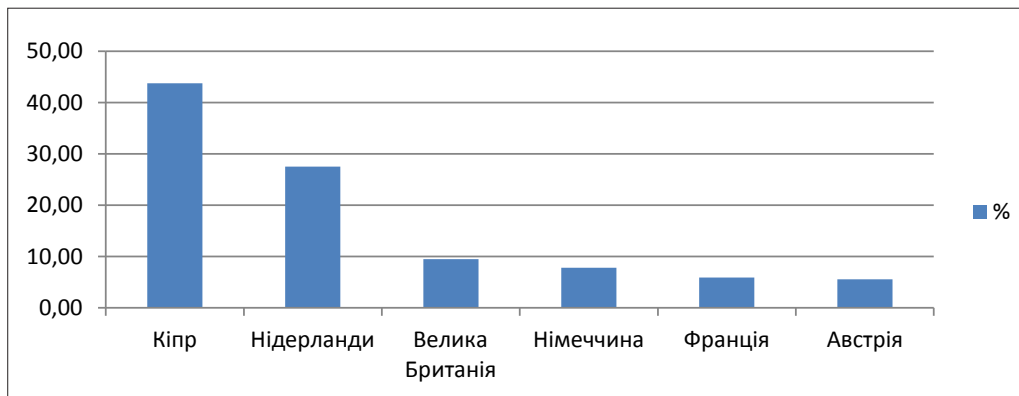


Рис. 2. Розподіл прямих іноземних інвестицій країнами-інвесторами в 2018 р.

Джерело: складено за даними [16]

транзитної країни, що означає збільшення доходів від експорту транспорту та посилення транспортної системи країни.

3. Співпраця України з ЄС є необхідною для технологічних модернізацій та інноваційного розвитку українських підприємств. Промислові технології вітчизняних підприємств відстають від тих, що використовують розвинені європейські країни. Україні бракує капіталу, необхідного для модернізації наявних та створення нових сучасних підприємств [21].

4. Розвиток співпраці з ЄС означає введення відповідних правил та стандартів соціально-економічної політики, поведінки первинних економічних агентів. І це, своєю чергою, сприятиме формуванню прозорого середовища промислової торгівлі та діяльності на національному рівні, який має надзвичайно великий сенс для України.

5. ЄС є невичерпним джерелом функціонування ринку соціально орієнтованої економіки та державного регулювання економічних процесів. Це пов'язано з антимонопольним контролем, ефективною політикою зайнятості.

6. Міжнародний розвиток співробітництва у цілому та економічні відносини з ЄС зокрема безпосередньо впливають на більш раціональний розподіл ресурсів, підвищення ефективності економічних процесів, тобто має позитивні ефекти в довгостроковій перспективі.

7. Європейський фінансовий ринок у сучасних умовах є одним із найбільших у світі. Україні треба мобілізувати кошти, необхідні для забезпечення макроекономічної стабільності, тим самим диверсифікуючи джерела зовнішніх запозичень. Посилення стабільності демократичної системи та її інститутів, забезпечення прозорості українського законодавства, поглиблення європейських цінностей, повага до прав людини є основними політичними перевагами послідовної європейської інтеграції [22].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, іноземне інвестування в Україні впливає на соці-

ально-економічну безпеку. Нестабільна та кризова ситуація в країні призводить до зменшення іноземного інвестування починаючи з 2014 р., що відображається на соціально-економічному стані країни. Іноземне інвестування створює основу для підвищення добробуту населення, його доходів, сприяє появі нових робочих місць, упровадженню новітніх технологій у виробничий процес, що призводить до соціально-економічного зростання країни. Європейський вектор інвестування України позитивно відбивається на реалізації євроінтеграційних прагнень країни, на її співробітництві з країнами – членами ЄС, на перейманні європейських цінностей українським суспільством.

Поряд із позитивними наслідками іноземного інвестування (створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності, зростання заробітної плати, технічне оновлення виробництва тощо) є й негативний ефект від прямих іноземних інвестицій. Це відбувається тому, що прямі інвестиції переважно пов'язані з контролем іноземного інвестора над діяльністю вітчизняних підприємств, оскільки економіка України слабша, ніж економіка інвесторів ПІІ, виникає проблема захисту національних інтересів. Окрім того, існує небезпека того, що через використання ПІІ та отримання контролю над підприємством іноземний інвестор може усунути вітчизняних виробників від ринку через деградацію якості продукції. Такі наслідки іноземних інвестицій є шкідливими для української економіки, призводять до руйнування ресурсного потенціалу, виїзду коштів за кордон, зниження рівня добробуту. Інший негативний чинник полягає у тому, що інвестор спрямовує кошти до сектору економіки, що є для нього пріоритетом, але не для України, тому залишає найбільш стратегічні та потенційно сильні сфери без фінансування.

Перспективним напрямом подальших наукових досліджень стане розроблення механізму нівелювання негативного впливу іноземного інвестування на соціально-економічну безпеку України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Джеффрі П., Сполдінг Б. Розуміння ПІІ. 2005. URL: http://www.goingglobal.com/articles/understanding_foreign_direct_investment.htm.
2. Козак У.Г. Міжнародна економіка. К.: Центр навчальної літератури, 2004. С. 672.
3. Білоцерківець В.В. Міжнародна економіка. Д.: ДУЕП. С. 340.
4. Мосса А. Прямі іноземні інвестиції. Теорія, докази та практика. Уїлтшир, ТОВ «Антоні Роу». 2002. С. 98.
5. Разін А., Садака Е. Прямі іноземні інвестиції: аналіз загальних потоків. Принстон: Принстонський університет Прес, 2007. С. 158.
6. Тесля С.М. Прямі іноземні інвестиції, як економічна категорія, її значення та класифікація. Бюлетень НТПУ України. 2009. Т. 19.3. С. 131–138.
7. Драбик І. Прямі іноземні інвестиції та інші форми розширення транснаціональної корпорації на світовому ринку. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2008_628/14.pdf.
8. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність. К.: Центр навчальної літератури. 2004. С. 376.
9. Катан Л.І. Фінансові аспекти міжнародних інвестицій. Економіка і менеджмент. 2006. Т. 2–3. С. 26–29.
10. Сардак С.Е., Єгорова І.І. Зміст і спрямування соціально-відповідального інвестування. Глобальні та національні проблеми економіки. № 19. С. 236–240.
11. Сімахова А.О. Теоретичне обґрунтування інноваційно-інвестиційних аспектів забезпечення позитивної соціально-економічної динаміки. Економічний простір. 2012. № 68. С. 114–119.
12. Social economy as a tool to ensure national security / V. Menshikov, O. Volkova, N. Stukalo, A. Simakhova. Journal of Security & Sustainability Issues. № 7(2). P. 211–231.
13. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
14. Інвестиційний клімат. URL: <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q>.
15. Інвестиції в міжнародну економічну діяльність: Статистична збірка. URL: <http://storage.library.opu.ua/online/111/3/invest.pdf>.
16. Іноземні інвестиції: проблеми та перспективи. URL: <http://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q>.
17. Полковниченко С.Б., Аркадьева Н.В. Вплив прямих іноземних інвестицій на розвиток української економіки. Бюлетень ЦДІЕ. 2010. С. 79–85.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 504:338.45(477):339.94

ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

ECOLOGICAL ASPECTS OF UKRAINIAN MANUFACTURING INTEGRATION INTO GLOBAL VALUE CHAINS

Гахович Н.Г.

кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник відділу промислової політики,
Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України

Кушніренко О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
старший науковий співробітник відділу промислової політики,
Інститут економіки та прогнозування
Національної академії наук України

У статті автори досліджують екологічні аспекти інтеграції переробної промисловості України в глобальні ланцюги доданої вартості, що сприяє процесу їх «озеленення». Розглянуто вплив таких екологічних чинників, як застосування технологій збереження води та енергії, скорочення викидів, зменшення відходів. Запропоновані інструменти адаптації промислових виробників до екологічних вимог задля інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості.

Ключові слова: озеленення, екологічні вимоги, ланцюги доданої вартості, інтеграція, переробна промисловість.

В статье авторы исследуют экологические аспекты интеграции перерабатывающей промышленности Украины в глобальные цепи добавленной стоимости, что определяет процесс их «озеленения». Рассмотрено влияние таких экологических факторов, как энергопотребление, применение технологий сохранения воды и энергии, сокращение выбросов, уменьшение отходов, биоразнообразие. Предложены инструменты адаптации промышленных производителей к экологическим требованиям для интеграции в глобальные цепи добавленной стоимости.

Ключевые слова: озеленение, экологические требования, цепи добавленной стоимости, интеграция, перерабатывающая промышленность.

This paper is devoted to the policies that facilitate Ukrainian integration into global value chains, what determines proceedings of greening value chains. It concluded that not only a favourable business environment was an important, though not the only, precondition for integration into global value chains. Ecological issues were of great importance and clean industrial processes should be a top priority in all countries, in view of such problems as ozone-layer depletion and climate change.

Key words: ecological requirements, greening value chains, integration, manufacturing industry.

Постановка проблеми. Нині сучасна економіка стає більш відкритою та конкурентною, що пояснюється впливом глобалізації, в результаті якої все більше і більше продуктів і послуг проходять через глобальні ланцюги доданої вартості, щоб досягти кінцевого споживача. Метою оптимі-

зації продуктивності на кожному рівні ланцюга в світі є вплив на використання природних ресурсів на різних етапах, що й актуалізує поняття «озеленення» ланцюга доданої вартості.

Модель «зеленого» зростання у глобальному вимірі стає першочерговим завданням

у порядку денному багатьох країн, реалізація якого спрямована на стимулювання економічного зростання й розвиток підприємств та галузей промисловості, які орієнтовані на зниження негативних зовнішніх ефектів довкілля. Актуальним він є і для України. Завдання цього дослідження полягає у виявленні загальних тенденцій беззбиткового для навколишнього середовища економічного розвитку, що сформувався у розвинутих країнах, порівнянні його з відповідними процесами екологічних змін, що відбуваються в українській промисловості, та окресленні перспектив її «озеленення» з метою активного включення переробної промисловості України на вищі ланки ланцюгів доданої вартості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Різним аспектам досліджуваної проблематики приділяли і приділяють увагу зарубіжні і вітчизняні вчені. Основи дослідження розвитку ланцюгів створення доданої вартості заклали П. Марш, Р. Каплінський, Р. Райх, Д. Родрік, Е. Райнерт, С. Вебер, П. Лабаста, П. Кругман, К. Ланкастер, Р. Фінстра, Г. Хенсон, Е. Хелпман. Серед вітчизняних науковців, які розкрили теоретичні та практичні основи можливостей участі України у міжнародному виробничо-інвестиційному співробітництві та заклали основи просторового розміщення вітчизняних підприємств, міжнародного поділу праці, транснаціоналізації виробництва, можна назвати праці В. Гейця, Л. Дейнеко, Т. Орехової, Ю. Пахомова, І. Гладій, І. Єгорова, А. Мельник, Н. Михайленка, В. Чужикова, О. Рогача, А. Філіпенка, Д. Лук'яненко, В. Сіденко, С. Соколенко, В. Новицького, О. Шниркова та багатьох інших. Науковому дослідженню аспектів «зеленої» економіки та розвитку екологічно чистого виробництва присвятили свої праці такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Б. Буркінський, С. Берзіна, Т. Галушкіна, З. Герасимчук, В. Голян, М. Джонсон, Л. Мусіна, Б. Порфір'єв, В. Потапенко, Т. Тимочко, С. Харічков, Є. Хлобистов, Ш. Шпек та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас у науковій літературі відсутні комплексні дослідження щодо впливу розвитку глобальних ланцюгів доданої вартості на стале використання природних та інших ресурсів, що є основою сталого промислового розвитку. До того ж, вивчення можливостей впровадження «зеленої концепції» для вітчизняного виробника дасть змогу скоріше адаптуватися до міжнародних екологічних вимог у процесі формування міжнародних виробничих мереж. В умовах посилення впливу інтеграційних процесів на розвиток міжнародної торгівлі та виробництва залишається недостатньо дослідженою проблема державного стимулювання фірм і галузей, які працюють з вищим рівнем ресурсоефективності та застосовують процеси більш чистого виробництва проміжної продукції, орієнтованої на потреби міжнародних виробничих мереж. Це і зумовлює актуальність дослідження екологічних аспектів у розвитку ланцюгів доданої вартості.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є розроблення пропозицій щодо можливих напрямів сприяння озелененню ланцюгів доданої вартості під час інтеграції переробної промисловості України до глобальних ланцюгів створення доданої вартості, що приведе до диверсифікації промисловості, створення нових виробництв із більш глибоким ступенем переробки та забезпечить міжгалузеві структурні зміни і перехід економіки на новий еко-технологічний рівень.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- розкрити наявні підходи до визначення поняття «озеленення» ланцюгів доданої вартості та виокремити чинники, які його формують;
- на основі аналізу зрушень в розміщенні й управлінні глобальними ланцюгами вартості на рівні галузей і регіонів світу проаналізувати вплив розвитку глобальних ланцюгів доданої вартості на стан навколишнього середовища;
- дослідити можливості та наявні екологічні ризики під час вбудовування в ланцюги створення доданої вартості для переробної промисловості України;
- розробити практичні рекомендації щодо вибору найбільш ефективних способів сприяння озелененню ланцюгів доданої вартості для переробної промисловості України як надійного постачальника продукції з більш високим ступенем переробки.

Методи дослідження. У роботі використані загальнонаукові методи: абстрактно-логічний, індукції та дедукції, системного підходу; аналізу і синтезу, а також спеціальні методи дослідження: аналіз можливостей і обмежень, які постають під час вбудовування окремого виробника в ланцюги доданої вартості; статистичних порівнянь, групування, вибірки; структурно-функціонального аналізу, експертних оцінок під час розроблення рекомендацій щодо можливих напрямів сприяння інтеграції переробної промисловості України до глобальних ланцюгів доданої вартості

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток сучасних технологій, в тому числі інформаційних, ініціює розвиток глобальних виробничих систем та дає можливості для включення в глобальні ланцюги доданої вартості значної кількості країн, навіть тих, які розвиваються. Головними перевагами при цьому є наявність кадрового потенціалу та професійних компетенцій, доступних ресурсів за конкурентною ціною та відповідність екологічним вимогам під час виробництва продукції.

Глобальні ланцюги доданої вартості охоплюють усі сектори економіки, мають широкий географічний розподіл та визначають спеціалізацію окремих фірм та країн загалом на окремих стадіях виробничого процесу. Враховуючи це, розвиток ланцюгів доданої вартості характеризується сукупністю заходів для розроблення продуктів, починаючи від його концепції через послідовні етапи виробництва (включаючи

комбінацію фізичних змін сировинних компонентів та внеску супутніх виробничих послуг), завершуючи доставкою кінцевому споживачу та післяпродажними послугами [4, с. 4].

Фрагментація виробництва між незалежними фірмами, які є просторово розподіленими та несуть відповідальність за різні етапи виробничого процесу, визначає наявність єдиних підходів та посилює значення єдиних вимог до виробництва. Ключову роль при цьому відіграють екологічні вимоги. Дедалі частіше національні законодавчі органи та міжнародні стандарти вимагають від усіх учасників ланцюга доданої вартості (від місцевих виробників до міжнародних оптових та роздрібних торговців) забезпечувати дотримання стандартів екологічно чистого виробництва [2, с. 45].

Отже, країни, що можуть розвивати виробничі потужності відповідно до потреб міжнародних виробничих мереж та можуть зайняти потенційно високе місце в світовому розподілі виробничих задач, повинні забезпечити можливість для виробників щодо впровадження міжнародних екологічних стандартів.

З іншого боку, посилення глобальної конкуренції та зростання споживчих вимог приводить до того, що екологічні стандарти стають усе важливішими в розвинутих країнах, що може створити перешкоди під час включення в ланцюг створення доданої вартості для підприємств із країн з нижчими екологічними стандартами. Таким чином, процес озеленення виробництва під час включення в ланцюги створення доданої вартості є системним підходом, що включає функції підтримки навколишнього середовища, екологічні правила та правила та учасників ринку, орієнтовані на зростання вартості. Він перетворює звичайний лінійний вигляд цільових ланцюгів у циклічний системний вигляд, в якому ланцюги доданої вартості діють у природному середовищі, від якого вони залежать і на яке вони також впливають [3].

Отже, «озеленення» ланцюга доданої вартості передбачає формування такої концепції його розвитку, яка базується на таких засадах, як:

- забезпечення сталого використання природних ресурсів та збільшення частки відновлюваних ресурсів на вході ланцюга створення вартості;
- максимізація ресурсної та енергетичної ефективності на кожному етапі процесу;
- зменшення негативного впливу на навколишнє середовище як результат дії всіх ланок ланцюга.

Водночас головним драйвером озеленення ланцюгів доданої вартості виступають екологічні технології, впровадження яких буде сприяти зменшенню ресурсоемності продукції промислового виробництва та раціональному використанню природних ресурсів, зменшенню викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря [5]. Впровадження екологічних технологій стимулю-

ватиме підприємців працювати з вищим рівнем ресурсоефективності та застосовувати зелені технології щодо збереження води та енергії (генерацію «зеленої» енергії з енергетичних культур, відходів, вітру, води та сонця), впроваджувати пристрої для відновлення, очищення та фільтрації, а також технології для уникнення забруднення, зараження та викидів.

Значною перешкодою для інтеграції української переробної промисловості в ланцюги доданої вартості є те, що Україна залишається однією з найбільш ресурсно- та енергозатратних країн. Це є однією з причин низької конкурентоспроможності вітчизняної промисловості в умовах залежності від імпорту дефіцитних ресурсів, зокрема енергоносіїв (рис. 1).

Наведені дані свідчать про те, що з 2000 до 2016 року інтенсивність використання енергії на одиницю ВВП в українській промисловості скорочується, проте і досі залишається вище світового рівня. Як у світі, так і в Україні в структурі енергоспоживання промислове споживання посідає вагоме місце, однак найбільш енергоємні сектори не є такими, що виробляють найбільшу додану вартість.

Зростання кількості виробництв, інтегрованих у глобальні виробничі мережі, вимагає нарощення енергоспоживання та може привести до збільшення викидів парникових газів, проте, з іншого боку, механізми енергетичної політики, які пов'язані із запобіганням змінам клімату, гальмують промисловий розвиток. У цьому сенсі перед Україною постало складне завдання: забезпечити високі темпи зростання промислового виробництва з одночасним підвищенням стандартів до рівня міжнародних вимог щодо енергоефективності. Для цього необхідне здійснення модернізації промислового потенціалу на засадах енергоефективності, що включає такі заходи:

- задіяння засобів виробництва з високими характеристиками енергопродуктивності;
- застосування широкого спектру енергоефективних технологій та методів управління, які можуть бути реалізовані у виробничому секторі для зниження споживання енергії;
- розгортання і стимулювання вітчизняного виробництва енергоефективних матеріалів і обладнання;
- поліпшення системи енергоменеджменту, зокрема впровадження системи енергетичного менеджменту за вимогами стандарту ISO 50001, який визначає вимоги щодо встановлення, впровадження, супроводу та покращення системи енергоменеджменту. Метою цієї системи є організація послідовного системного підходу у досягненні покращення енергосистеми, включаючи енергоефективність, енергоспоживання та енергобезпеку.

Реструктуризація енергетичної системи і скорочення викидів парникових газів є наступним чинником, що сприятиме «озелененню» вироб-

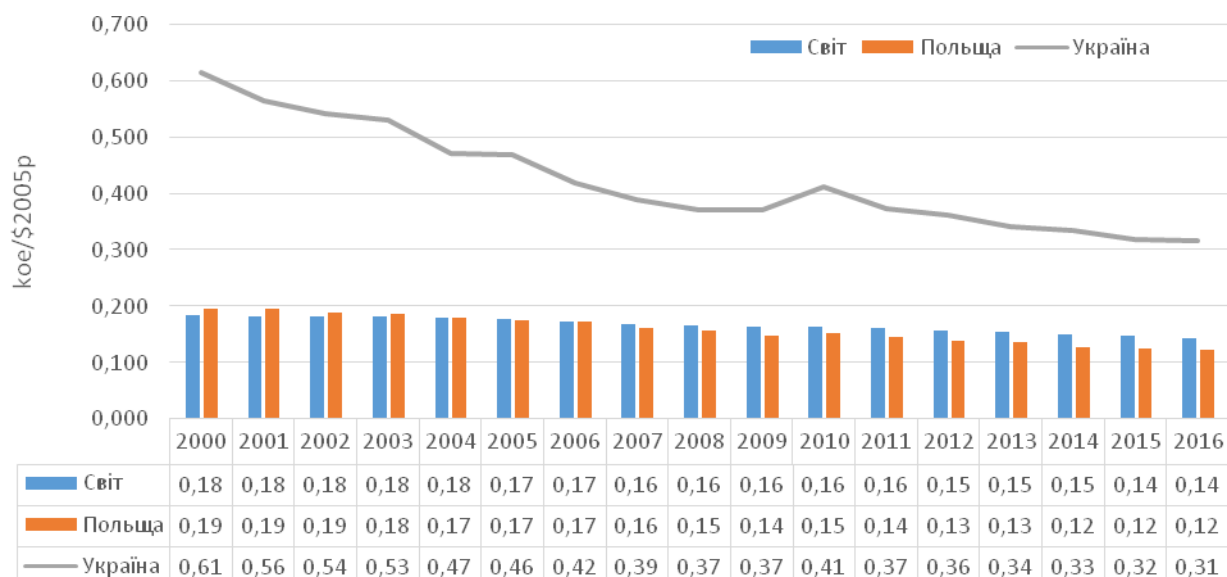


Рис. 1. Інтенсивність використання енергії на одиницю ВВП за постійного паритету купівельної спроможності

Джерело: Enerdata. GlobalEnergyStatisticalYearbook 2017 [1]

ництва. Незважаючи на те, що за останні п'ять років загальний обсяг шкідливих викидів скоротився на 55%, а кількість викидів двоокису сірки в атмосферу зменшився на 25% (це говорить про зростання активності діяльності природоохоронних заходів), проблема забруднення атмосфери залишається вкрай гострою. Насамперед це стосується підприємств енергетичної, нафтопереробної, хімічної, металургійної (чорної і кольорової), будівельної та інших галузей, вони повинні замінити застарілі технології на більш енергоефективні.

Україна бере активну участь у роботі Європейського енергетичного співтовариства та у вирішенні міжнародних завдань із питань довкілля та зміни клімату. 27 вересня 2017 року було презентовано першу редакцію проекту Стратегії низьковуглецевого розвитку України до 2050 року. В цьому проекті відображено, що викиди парникових газів до 2050 року можуть скоротитися на 60–75% від рівня викидів у 1990 році. Крім того, частка відновлювальної енергетики в структурі електрогенерації може зрости до 35% у 2050 році, частка вугільних ТЕС скоротиться до 25%, а частка АЕС зменшиться приблизно на 28%. Станом на початок 2016 р. в об'єднаній енергосистемі України працює 428 МВт вітрових електростанцій, 359 МВт сонячних електростанцій, 171 МВт малих ГЕС (потужністю до 50 МВт) та 54 МВт електростанцій на біомасі та біогазі [7, с. 199].

Важливим екологічним аспектом розвитку ланцюгів доданої вартості є формування рециркуляційної економіки, тобто створення і широке поширення безвідходних і маловідходних виробництв. Переробка відходів є перспективним та прибутковим видом економічної діяльності, вони

можуть бути успішно використані для підвищення конкурентоспроможності виробництва за рахунок скорочення витрат на сировину та її повторного використання. В Україні накопичено приблизно 15 млрд т відходів, включаючи 500 млн т твердих побутових відходів. Їх переробка вирішуватиме завдання захисту довкілля та повернення в економіку значних обсягів вторинної сировини (папір, пластик, метали, деревина, скло), будматеріалів і енергоресурсів (біогаз).

У процесі розвитку ланцюгів доданої вартості запобігання утворенню викидів та відходів у джерелі досягається шляхом внесення змін у дизайн продукції або у виробничий процес. Ці зміни дають змогу знизити обсяг виробничих відходів під час їх появи та утворення. Центральну роль у цьому підході відіграє менеджмент, активне залучення керівництва підприємств до визначення стратегії розвитку та прийняття рішень щодо покращення організації виробництва та удосконалення або зміни технологічних процесів [6, с. 52].

Практичними заходами в цьому сегменті є реалізація п'яти проектів із залученням іноземних інвестицій, зокрема зведення заводу піролізної переробки твердих побутових відходів (ТПВ) та мулових осадів у м. Миколаїв, проект із виробництва парової машини для вироблення електроенергії, проект із паливними комірками, виробництво мінерального лужного клею. Важливим кроком для України повинно стати ухвалення Державної програми щодо формування ринку альтернативного палива (утилізації промислових або побутових відходів). Упровадження зазначеної програми дасть можливість для використання промислових або побутових відходів у цементній промисловості як сиро-

вини, а також надасть поштовх до створення інфраструктури з доставки відходів до печей випалювання цементних заводів.

Водночас одна з головних проблем України – це різке скорочення кількості водних ресурсів (за останні п'ять років зменшення на 35%); витрати води особливо зросли на виробничі потреби й зрошення, а потужність очисних споруд зменшилася на 23%.

За даними Держстату України, в країні щорічно використовується близько 10 млрд м³ свіжої води. Більше половини загального обсягу водних ресурсів споживається промисловими підприємствами на виробничі потреби. Решта розподіляється між населенням та використанням води на потреби сільського господарства, в т.ч. зрошення.

Необхідно, щоби промислові підприємства застосовували передові технології та обладнання для водозбереження та посилювали контроль над використанням водних ресурсів, тим більше що в перспективі прогнозується збільшення дефіциту води, числа засух і розширення пустель. Ці заходи дадуть змогу знизити соціальну напруженість на ґрунті найважчих екологічних проблем України – забруднення водних ресурсів і браку питної води.

Прискорення розвитку високотехнологічних галузей та екопромисловості орієнтоване на зменшення техногенного навантаження та впровадження більш чистого виробництва, а також створення більшої вартості з меншими втратами для довкілля.

Йдеться про так звану екопромисловість – підприємства, які виробляють водоочисне, газозбірне і сміттєпереробне обладнання, а особливо впровадження екоінновацій та чистих технологій. Це зачіпає такі сектори, як енергозбереження, раціональне використання ресурсів і охорона навколишнього середовища. Реалізація прискорення розвитку екопромисловості допоможе зберегти конкурентоспроможність основних українських експортних товарів на світовому ринку.

За даними Держстату України, у 2016 р. на території нашої країни налічується 6,5 тис. полігонів та 35 тис. сміттєзвалищ, разом їх площа становить 42 тис. м² (для порівняння, площа Данії становить 43 тис. м²). З кожним роком цей показник стає все гіршим. Більшість складів для сміття не відповідають вимогам щодо забезпечення екологічної безпеки. Упродовж багатьох років кількість твердих побутових відходів невпинно зростала через зміни способу життя людей, які використовують все більше обгорткових і пакувальних матеріалів. Промислові відходи можуть бути прибутковим сектором. Якщо українці почнуть приділяти увагу питанням сортування і переробки сміття, то країна зможе зменшити закупівлю імпортованих енергоресурсів, а також знизити вартість товарів та виробництва. Для вирішення цієї проблеми Україні потрібно активно використовувати міжнародне співробітництво.

Висновки з цього дослідження. Таким чином, розвиток інтеграційних тенденцій та зростання значення ланцюгів доданої вартості у глобальній економіці посилює роль екологічних чинників. «Озеленення» ланцюгів доданої вартості має синергетичний ефект: дає можливість диверсифікувати експорт та сприяти сталому розвитку економіки.

Вищевикладене вимагає розроблення і впровадження ефективних інструментів із підтримки української промисловості задля їх інтеграції до вищих ланок ланцюгів доданої вартості. Важливим кроком при цьому може стати ухвалення Державної програми щодо формування ринку альтернативного палива (утилізації промислових або побутових відходів). Впровадження зазначеної програми дасть можливості для використання промислових або побутових відходів у промисловості як сировини, а також дасть поштовх до створення інфраструктури з доставки відходів.

Отже, підвищення ролі екологічних чинників є дуже актуальним напрямом розвитку та потребує подальшого дослідження в контексті посилення міжнародної конкуренції в умовах глобальної торгівельної лібералізації. На основі вивчення європейського та світового досвіду розбудови «зеленого» сектору у довгостроковій перспективі необхідно слідувати прикладу країн світу та Європи, що ставлять собі високі цілі стосовно переходу на ВДЕ та підвищення рівня енергоефективності.

Слід констатувати, що переведення виробничої сфери на «зелений» напрям розвитку в Україні потребує масштабної допомоги держави, активної участі приватних інвесторів та посиленої участі споживачів «зелених» послуг. Основні акценти державної політики мають бути зроблені на проблемі реформування фінансової політики (в частині запровадження стимулюючих заходів – пільгового довгострокового кредитування із залученням іноземних інвесторів (провідних європейських банків) та оподаткування проектів із модернізації, екологічного податку, субсидування виробників енергії з альтернативних джерел, розвитку системи «зеленої» сертифікації) та створення режиму державного регулювання, сприятливого для розвитку екологічно чистих виробництв і енергозберігаючих технологій, «зеленого» будівництва та виробництва нових матеріалів, що завдають мінімальної шкоди довкіллю, прискорення впровадження екологічних регламентів ЄС.

Подальша екологізація в напрямі озеленення ланцюгів доданої вартості спрямована на поліпшення загальної екологічної стійкості всього ланцюга за рахунок оптимізації зв'язків між учасниками. На кожному етапі зусилля зосереджені на раціоналізації природних витрат у ланцюзі створення вартості і контролі за результатами, що впливають на природне середовище. Для цього доцільно досліджувати екологічні аспекти на вході в ланцюг, що включає в себе підвищення ефективності та поновлюваних можли-

востей використання води, енергії, матеріалів, будівництва, землі та інструментів. Щодо виходу із системи цей підхід фокусується на відходах і забрудненні, спираючись на методи боротьби із забрудненням, більш чисте виробництво, еко-ефективність, оцінку життєвого циклу, рециркулярну економіку.

Озеленення ланцюга доданої вартості також належить до просування можливостей «зеленого ринку», коли економічні вигоди від використання поновлюваних ресурсів максимально збільшуються, а екологічний збиток мінімальний. Це включає створення сприятливих умов для «зелених» інвестицій, навчання навичкам «зелених» технологій, «зеленого» підприємництва і розвитку бізнесу й «озеленення» робочого місця. Ефективним при цьому є поєднання державних інструментів, успішно зарекомендованих у розвинутих країнах, включаючи екомаркування, «зелені» державні закупівлі, створення мережі «зелених» кластерів, екологічні податки, реформи субсидій, «зелені» правила, норми і стандарти.

Розвиток міжнародного співробітництва в галузі охорони навколишнього середовища від-

криває для виробників України нові можливості для отримання інвестицій, передового досвіду в методах управління, впровадження нових природоохоронних технологій, міжнародної фінансової допомоги на різні цільові екологічні програми.

У підсумку можемо сказати, що Україні вже необхідно запустити процес «зеленого» економічного розвитку – це розвиток збалансованого споживання та виробництва, «зеленого» оподаткування та екологічного обліку, «зелених» кредитних ліній та інвестицій в «зелені» проекти, «зеленого» бізнесу та енергетики. Тому під час модернізації промислового розвитку «зелений» сектор промисловості має величезний потенціал для створення нових і привабливих робочих місць за розширення секторів виробництва і послуг. Це може бути зроблено шляхом упровадження успішних прикладів компаній, які пропонують розроблення та реалізацію енергозберігаючих проектів, матеріалів і енергії, електроенергії (поновлюваних джерел енергії), розумних мереж або Smart-grids, фінансового інжинірингу, а також забезпечення підготовки підприємств та підтримки кластерних мереж.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Global Energy Statistical Yearbook. Enerdata URL: /www.enerdata.net/publications/world-energy-statistics-supply-and-demand.html (дата звернення 28.08.2018).
2. Global Value Chains and development. UNIDO's support towards inclusive and sustainable industrial development. UNIDO, 2015, 116 p.
3. Green Value Chains to Promote Green Growth. The Donor Committee for Enterprise Development (DCED). URL: <https://www.enterprise-development.org/intro-to-the-dced/> (дата звернення 03.09.2018).
4. Kaplinsky R., Morris M. A handbook for Value Chain Research / The International Development Research Centre. URL: <http://www.prism.uct.ac.za/Papers/VchNov01.pdf> (дата звернення 31.08.2018).
5. Towards a green economy: pathways to sustainable and poverty eradication. UNEP Report. URL: <http://unep.org/greeneconomy/publications> (дата звернення 27.08.2018).
6. Мусіна Л.А., Кваша Т.К. Інновації та технології для розвитку зеленої ресурсоефективної економіки: монографія. Київ: УкрІНТЕІ, 2017. 138 с.
7. Неоіндустріальна трансформація промислового потенціалу України: колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л.В. Дейнеко. Київ: ДУ Ін-т екон. та прогнозів. НАН України, 2016. 319 с.

ЧИ МОЖЛИВО СТАТИ АГРАРНОЮ СУПЕРДЕРЖАВОЮ?

CAN YOU BE A AGRICULTURAL SUPERVISOR?

Гордієнко В.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри суб'єктів господарювання та страхування,
Університет митної справи та фінансів

У статті розглянуті можливості розвитку аграрно-промислового комплексу в умовах фінансової кризи України, яка охопила практично всі галузі діяльності держави. Останнім часом у суспільстві сформувалася думка, що у нинішній соціально-економічній ситуації тільки аграрно-промисловий комплекс може за відносно невисоких витрат забезпечувати стабільне зростання ВВП. Фактично така стратегія – це відмова від прерогативи виробництва продукції з високою доданою вартістю на користь сировини.

Ключові слова: аграрно-промисловий комплекс (АПК), фактори, галузь промисловості, сировина, стратегія, структура виробництва, ВВП, експорт, імпорт, сальдо, економіко-математична модель (ЕММ).

В статье рассмотрены возможности развития аграрно-промышленного комплекса в условиях финансового кризиса Украины, который охватил практически все отрасли производства. В последнее время в обществе сформировалась мысль что в существующей социально-экономической ситуации только аграрно-промышленный комплекс может при относительно невысоких затратах обеспечивать рост ВВП. Фактически такая стратегия – это отказ от прерогативы производства продукции с высокой добавленной стоимостью в пользу сырья.

Ключевые слова: аграрно-промышленный комплекс (АПК), факторы, отрасли промышленности, сырье, стратегия, структура производства, ВВП, экспорт, импорт, сальдо, экономико-математическая модель (ЭММ).

In the article the possibilities of development of the agrarian - industrial complex in the conditions of the financial crisis of Ukraine which covered practically all areas of the state activity are considered. Recently, the society has formed the idea that in the current socio-economic situation, only agro-industrial complex, may at a relatively low cost to ensure a stable GDP growth. In fact, such a strategy is the rejection of the prerogative of producing high value-added products in favor of raw materials.

Key words: agroindustrial complex (agroindustrial complex), factors, industry, raw materials, strategy, production structure, GDP, export, import, balance, economic and mathematical model (EMM).

Постановка проблеми в загальному вигляді. У суспільстві України є думка, що за рахунок розвитку АПК можливе подолання спаду економіки. Таку саму економічну політику рекомендують Україні і західні політики. Так, посол США в Україні Джефрі Пайетт висловився про потенціал України: «Україна – один з найбільших виробників сільгосппродукції у світі, але вона повинна стати сільськогосподарською супердержавою» [1]. Фактично така економічна політика – це відмова від прерогативи виробництва продукції машинобудування (яка була основною до 1991 р.) на користь сировини. Ця стратегія – не нова, вона з'явилася на початку 90-х років. Її реалізація привела до падіння ВВП з 1990 до 2017 р. більш ніж у 2 рази [2]. Сировинні ринки не мають перспективи, аграрний комплекс не може бути локомотивом економіки держави, а зростання обсягів експорту сільгосппродукції не слід ставити за пріоритетну мету діяльності уряду.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Дослідження впливу структури економіки на її ефективність знаходять відображення у наукових працях В. Симоненко [2], М. Азарова [3], Л. Федулової [4], М. Меламеда [5] та інших. Але слід зазначити, що в цих дослідженнях системно не аналізувалися фактори, які визначають рівень розвитку АПК, а також структурні зміни економіки у провідних країнах світу. У працях майже не застосовуються економіко-математичні методи, за допомогою яких можна отримати кількісний зв'язок факторів, що впливають на галузеве виробництво продукції.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Неможливо однозначно і правильно оцінити фактори, що впливають на ефективність АПК і загалом на соціально-економічний розвиток держави.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є узагальнення теоретичних положень та методичних підходів

до державної структурно-інноваційної політики щодо створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво, здатного до саморозвитку промислового комплексу України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фактори, які забезпечують розвиненістю країнам світу високу ефективність АПК:

- площа;
- природно-кліматичні умови (наявність достатніх прісноводних ресурсів, середньорічні температури, кількість осадків, наявність родючої землі тощо);
- виробництво кінцевої продукції АПК (з високою добавленою вартістю);
- розвинена хімічна промисловість;
- прямі інвестиції;
- розвинена машинобудівна промисловість.

Україна має гарні можливості для розвитку сільського господарства. Площа України – 603,7 тис. км². Близько 56% всієї території України – орні землі, а більшість земель – це славетні українські чорноземи. Такі умови дають змогу повністю забезпечити населення основними видами продовольства (рис. 1) [6].

Забезпеченість населення основними видами продовольства зумовила позитивне

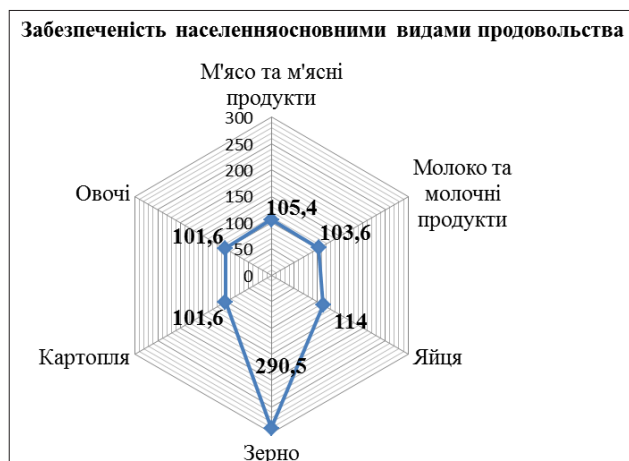


Рис. 1. Забезпеченість населення основними видами продовольства

торговельне сальдо сільськогосподарської та продовольчої продукції (рис. 2).

У 2016 році Україна експортувала аграрної продукції на \$15,3 млрд. Головні покупці продукції українського АПК – Європа, Індія і Єгипет. Але щоб прогнозувати стан українського АПК у майбутньому, необхідно розглянути всі елементи і їх взаємозв'язки, що впливають на його подальший розвиток. Слід констатувати, що з 1990 року індекси виробництва продукції рослинництва і тваринництва змінювались у протилежних напрямках (рис. 3) [6].

Аналізуючи зміну індексів виробництва продукції рослинництва і тваринництва, можна дійти висновку, що розвиток сільського господарства відбувався в напрямі виробництва проміжної продукції з меншою добавленою вартістю і з орієнтацією АПК на її експорт. Причому на індекс рослинництва найбільше вплинуло зростання обсягів виробництва соняшника (у 5,3 разу), що в подальшому приведе до виснаження землі під посівні культури. Падіння індексів виробництва продукції тваринництва з 1990 року підтверджується і різким падінням кількості голів великої рогатої худоби у 6,7 разу і свиней у 3 рази. Чекати росту виробництва продукції тваринництва в цій ситуації неможливо. Можна чекати подальшого падіння.

Для встановлення причини зростання виробництва продукції рослинництва нами було запропоновано гіпотезу, що на показник, можливо, вплинули такі фактори, як кількість внесених добрив на 1 га та прямі інвестиції в сільське, лісове та рибне господарство. Перевірку гіпотези ми здійснили за допомогою побудови ЕММ. Для побудови залежності урожайності зернових та зернобобових культур від кількості внесених мінеральних добрив (у поживних речовинах) та прямих інвестицій в сільське, лісове та рибне господарство було застосовано кореляційно-регресійний аналіз. Для побудови ЕММ були зібрані попередні статистичні дані взаємозалежних показників. Їх джерелом були статистичні збірники Державної служби статистики України [6] (інформація для побудови моделей наведена в табл. 1).

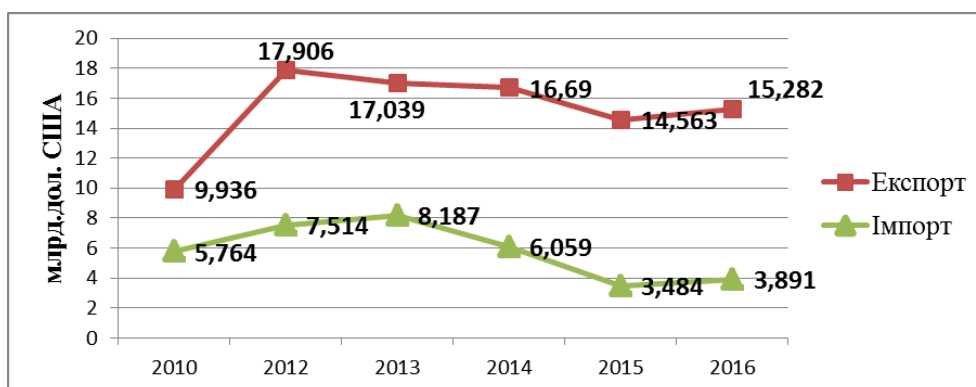


Рис. 2. Динаміка експорту та імпорту сільськогосподарської та продовольчої продукції, млрд. дол. США

Таблиця 1

Статистичні дані взаємозалежних показників.

Рік	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016
Внесено мінеральних добрив на 1 га, кг	60	72	84	92	97	100	98	110
Урожайність культур зернових та зернобобових центнерів з 1 га	19,4	26	26,9	31,2	39,9	43,7	41,1	46,1
Прямі інвестиції в сільське, лісове та рибне господарство, млн. дол. США	—	—	680	736	728,4	776,9	617	502,2

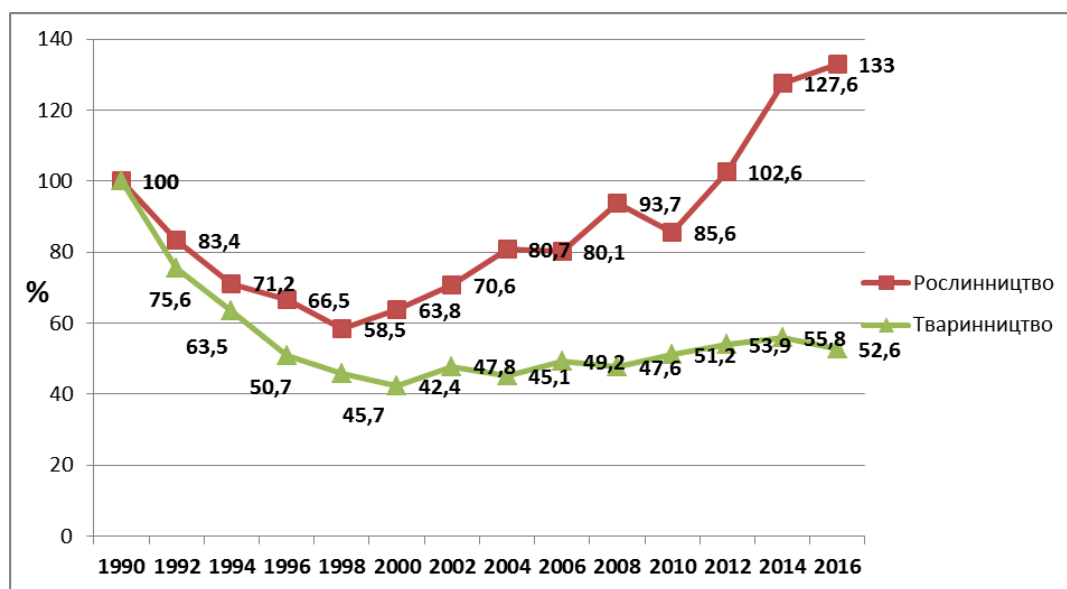


Рис. 3. Індекси виробництва продукції рослинництва і тваринництва, %

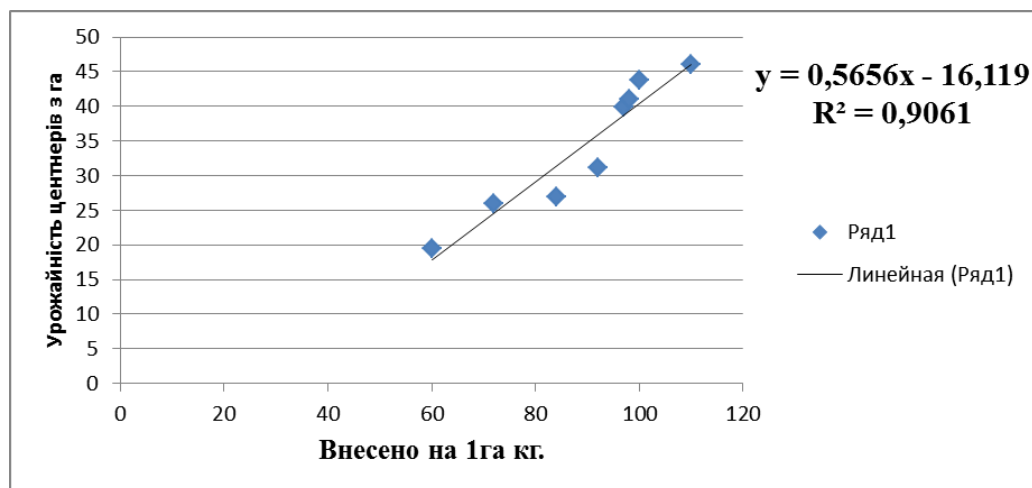


Рис. 4. Модель залежності урожайності зернових та зернобобових культур від кількості внесених мінеральних добрив (у поживних речовинах)

Просторові ряди, на відміну від динамічних, дають можливість вивчати не розвиток процесу в динаміці, а кількісний вплив фактора X на показник Y. Табличний процесор Excel пропонує функцію, яка знаходить значення оцінок параметрів залежності за методом найменших квадратів. За допомогою табличного процесору Excel була отримана модель залежності

урожайності зернових та зернобобових культур від кількості внесених мінеральних добрив (у поживних речовинах) (рис.4).

Аналізуючи отримані статистичні оцінки ЕММ (рис. 4), можна констатувати таке: урожайність зернових та зернобобових культур на 90,6% ($R^2=0,9061$) залежить від мінеральних добрив (у поживних речовинах), внесених на

1 га, модель адекватна, коефіцієнти регресії значущі. Таким чином, зростання виробництва продукції рослинництва здійснювалося за рахунок збільшення кількості мінеральних добрив (у поживних речовинах), внесених на 1 га. Але така стратегія на майбутнє досить проблематична в ситуації, що склалася у виробництві продукції хімічної промисловості України для сільського господарства (табл. 2) [6].

Таблиця 2

**Виробництво продукції
хімічної промисловості України
для сільського господарства**

Рік	2012	2013	2014	2015	2016
Сечовина, тис. т N	1800	1355	997	984	945
Нітрат амонію, тис. т N	870	772	534	361	485

За досліджений період виробництво сечовини зменшилося у 1,9 разу, а нітрату амонію – у 1,8 разу. І цей тренд у перспективі буде зберігатися, оскільки сировиною для виробництва добрив є природний газ. Ціна природного газу збільшується пропорційно до ціни нафти (за останній час вона збільшилася майже у 2 рази), що приводить до збитковості виробництва добрив і закриття підприємств. Так, у 2018 році закрилися ПО «АЗОТ» і Одеський припортовий завод.

Модель залежності урожайності зернових та зернобобових культур від прямих інвестицій в сільське, лісове та рибне господарство подано на рис. 5.

Аналізуючи отримані статистичні оцінки ЕММ (рис. 5), можна констатувати таке: прямі інвестиції в сільське, лісове та рибне господарство не впливали на урожайність зернових та зернобобових культур ($R^2=0,1325$) модель неадекватна, коефіцієнти регресії незначущі. Отримані результати можливо пояснити тільки незначним

рівнем прямих інвестицій, які не могли вплинути на урожайність зернових та зернобобових культур, тим більше що за досліджуваний період вони зменшилися у 1,35 разу.

До інших факторів, що будуть негативно впливати на урожайність рослинної продукції, слід віднести падіння виробництва тракторів з 1990 року по 2010 рік у 70 разів. Після падіння виробництва до 2012 року збільшилося тільки у 3,5 разу, у подальшому практично не змінювалося і становить 4–5 тис. на рік (рис. 6).

На думку експертів, потреба АПК в тракторах у 10 разів більша [7]. Частково ця потреба задовольняється за рахунок дорогої імпортової техніки. Таким чином, продаємо сировину, а купуємо високотехнологічну продукцію з високої доданою вартістю.

Слід також констатувати падіння за останні 5 років виробництва плугів у 5,5 разу й енергетичних потужностей в сільськогосподарських підприємствах у 1,3 разу.

Таблиця 3

**Наявність факторів, які забезпечують
ефективність АПК**

№	Фактор	Наявність факторів
1.	Площа	+
2.	Природно-кліматичні умови (наявність достатніх прісноводних ресурсів, середньорічні температури, кількість осадків, наявність родючої землі)	+
3.	Виробництво кінцевою продукції АПК (з високою доданою вартістю)	—
3.	Розвинена хімічна промисловість	—
4.	Прямі інвестиції	—
5.	Розвинена машинобудівна промисловість	—

+ – фактор зараз у наявності;
— – фактор був у наявності раніше

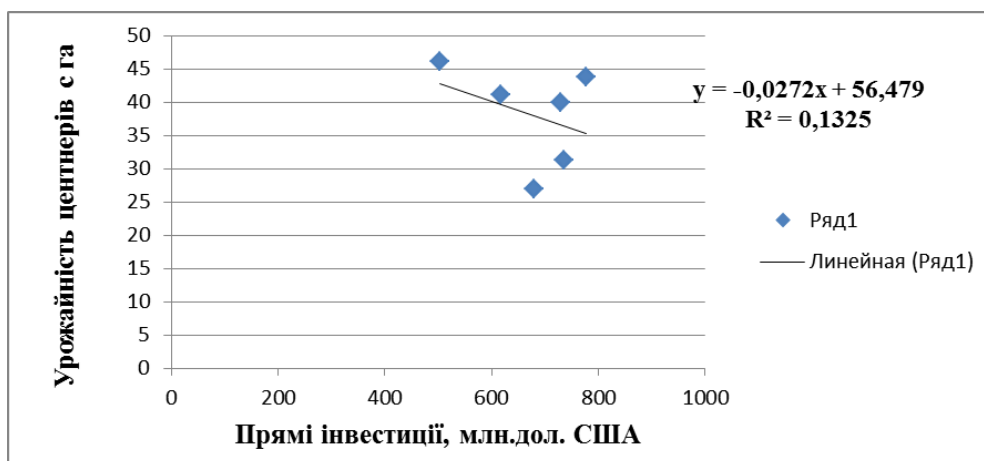


Рис. 5. Модель залежності урожайності зернових та зернобобових культур від прямих інвестицій в сільське, лісове та рибне господарство

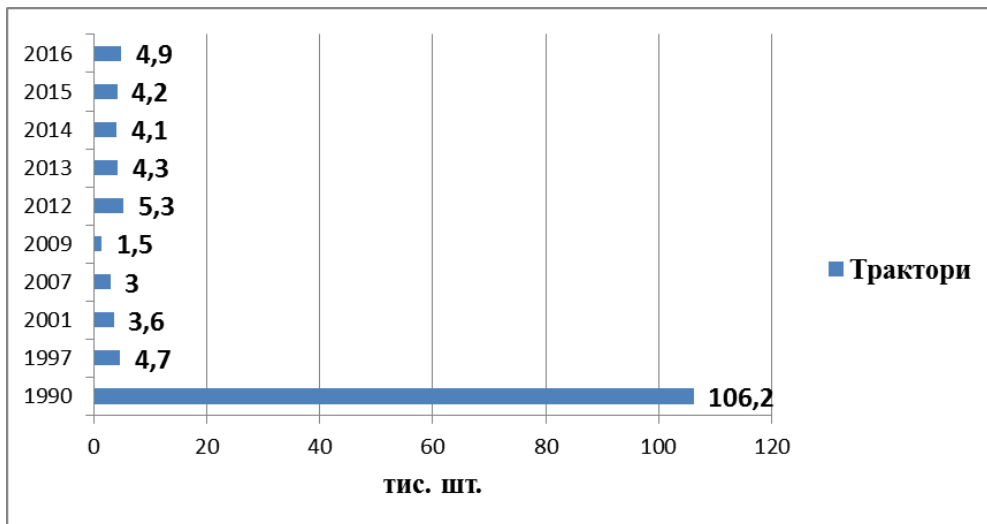


Рис. 6. Виробництво тракторів

Системний аналіз факторів доводить проблемність можливостей для ефективного розвитку АПК України.

Зробимо припущення, що Україна, попри все, стає аграрною супердержавою. Чи забезпечить АПК соціально-економічний розвиток держави? Двадцятка розвинутих країн світу – це країни, ВВП яких перевищує 1 трлн дол. США, що приблизно у 10 разів більше, ніж зараз в Україні. І природно зрозуміти, яким чином ці країни досягли цього рівня. Для цього слід дослідити і порівняти макроструктури економік провідних країн і України. Макроструктури країн світу досліджуються за сегментами: промисловість, сільське господарство, послуги. Порівняльний аналіз макроструктури економіки України і США подано на рис. 7 [8].

У макроструктурі провідних країн частка АПК становить близько 1%. Таким чином, їх високий соціально-економічний рівень досягнуто не за рахунок розвитку АПК. У світі загалом цей

показник становить близько 3%, а в країнах ЄС – 1,6%.

Сьогодні АПК забезпечує 14% ВВП країни і приносить більше третини доходів від експорту. По суті, зараз АПК – це та частина нашої економіки, яка постачає найбільше валютних надходжень на внутрішній ринок. Агротренд нині такий, що через декілька років частка сільськогосподарської продукції зросте до рівня 15–17% ВВП. Але слід зазначити, що така висока частка продукції АПК характерна для дуже бідних країн [8].

Тенденції економіки провідних країн світу зараз такі, що галузі матеріального виробництва, тобто галузі, де виготовляються матеріально-речові вироби, становлять лише третину ВВП. А галузі, що забезпечують усі різноманітні види послуг, включаючи торгівлю, фінансово-банківські, транспортні, комунікаційні, комунальні та інші, підвищили свою частку до 70%. Феномен сфери послуг – це явище суспільства, яке вступило в постіндустріальну еру свого розвитку, коли роль

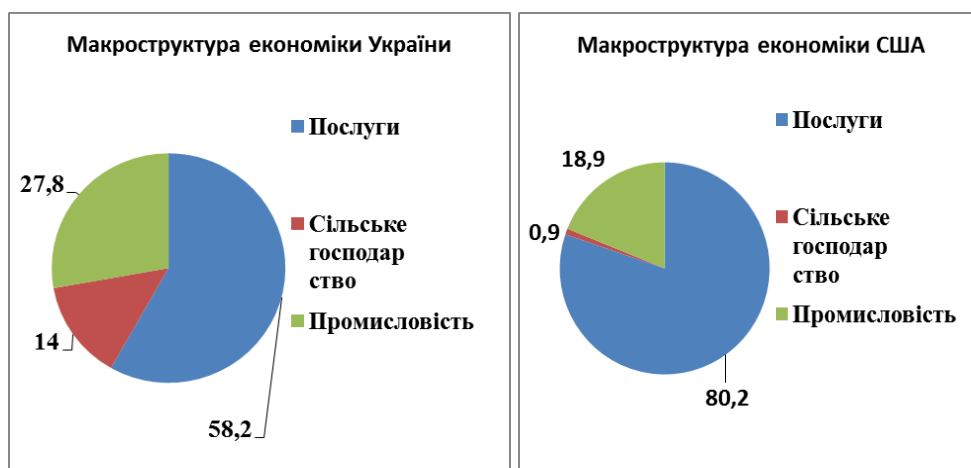


Рис. 7. Порівняльний аналіз макроструктури економіки України і США

людського фактора багаторазово зростає і все більшого значення набуває обслуговування людини, від здоров'я, освіти і креативності якої залежить науковий потенціал країни, що став вирішальним аргументом у суперечках держав за лідерство в сучасному світі. Проведені нами дослідження показали, що зростання частки послуг в макроструктурі економіки суттєво впливає на зростання ВВП (близько 60% зростання функції пояснюються впливом структури) [9].

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумки системного дослідження АПК, можна констатувати, що позитивний агро-тренд урожайності зернових та зернобобових культур в Україні не збережеться. У кращому разі, якщо будуть гарні погодні умови (зокрема кількість осадків), виробництво стабілізується на досягнутому рівні. Натомість для підви-

щення ефективності АПК, по-перше, потрібно поновити тваринництво, виробництво продукції хімічної промисловості та машинобудування для сільського господарства, розвивати переробку і внутрішнє споживання.

А стосовно порад, в яких нас закликають стати аграрною супердержавою, потрібно вказати на те, що насправді розвинені країни діяли якраз протилежним чином. Частка сільського господарства у ВВП традиційно нижча для країн із більш розвинутою економікою. Для розвинених економік, таких як США і Німеччина, характерним є 1% сільського господарства у ВВП, тому можливо дійти висновку, що розвиток АПК не може бути локомотивом економіки держави, а зростання обсягів експорту аграрної продукції не слід ставити за пріоритетну мету діяльності Уряду України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пайет: Украина должна стать сельскохозяйственным супергосударством. URL: <http://www.segodnya.ua/economics/business/payett-ukraina-dolzha-stat-selskohozyaystvennym-supergosudarstvom-694357.html>.
2. Симоненко В.К. Пятилетка крутого пике. Экономические эссе. Київ: Довіра, 2016. 327 с.
3. Азаров Н. О бедной экономике замолвите слово. Економіст. 2008. № 7. С. 18–21.
4. Федулова Л. Тенденції розвитку високотехнологічного сектору економіки України. Економіст. 2009. № 1. С. 32–36.
5. Меламед М. Відтворювальна структура ВВП та її вплив на економічний розвиток України. Вісник НБУ. 2005. № 12. С. 8–17.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Грицишин М., Перепелиця Н. Ринок тракторів в Україні. Спецвипуск ж. Пропозиція. Сучасна техніка для сучасного аграрія. 2017. С. 4–6.
8. ВВП по секторам економіки. URL: http://www.yestravel.ru/world/economy/gdp_composition_by_sector/.
9. Гордієнко В.О. Проблеми структурної перебудови економіки України. Дніпропетровськ: Дніпропетр. держ. фін. акад., 2012. 200 с.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

THE MAIN APPROACHES, PRINCIPLES, AND METHODS OF PUBLIC ADMINISTRATION

Гурбик Ю.Ю.

кандидат наук з державного управління,
старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

Біляєв С.С.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

Сальнікова М.В.

викладач-стажист кафедри економіки,
управління та адміністрування,
Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького

У статті досліджено сучасну методологічну основу публічного адміністрування в умовах перебудови вітчизняної економіки та системи державного управління. Проаналізовано сутність та зміст публічного адміністрування та визначено, що серед вітчизняних науковців поширеним підходом є розгляд терміна «публічне адміністрування» у широкому і вузькому значенні. Розкрито основні методологічні підходи, які використовуються в системі публічного адміністрування, та проаналізовано класифікації вітчизняними вченими принципів та методів публічного адміністрування.

Ключові слова: публічне адміністрування, державне управління, місцеве самоврядування, підхід, принцип, метод, класифікація.

В статье исследована современная методологическая основа публичного администрирования в условиях перестройки отечественной экономики и системы государственного управления. Проанализированы сущность и содержание публичного администрирования и определено, что среди отечественных ученых распространенным подходом является рассмотрение термина «публичное администрирование» в широком и узком смысле. Раскрыты основные методологические подходы, которые используются в системе публичного администрирования, и проанализированы классификации отечественными учеными принципов и методов публичного администрирования.

Ключевые слова: публичное администрирование, государственное управление, местное самоуправление, подход, принцип, метод, классификация.

The article studies the modern methodological background of public administration under the restructuring of the domestic economy and the system of public administration. The essence and content of public administration are analysed and it is determined that among the domestic scientists, a widespread approach is the consideration of the term "public administration" in the broad and narrow sense. The main methodological approaches that are used in the system of public administration are revealed and domestic scholars' classifications of principles and methods of public administration are analysed.

Key words: public administration, state administration, local self-government, approach, principle, method, classification.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку та перебудови вітчизняних органів державного управління та місцевого самовря-

дування на основі світових та європейських стандартів набуває важливого значення процес побудови нової управлінської моделі в нашій

державі, розширення прав і свобод людини та громадянина в системі публічного управління.

А це вимагає від науковців у сфері публічного адміністрування чіткого розуміння сучасних підходів, принципів та методів, на основі яких буде відбуватися інституціональне забезпечення діяльності органів державної та місцевої влади, реформування місцевого самоврядування, адміністративно-територіального устрою України, покращиться взаємозв'язок держави з громадянським суспільством та підвищиться якість надання адміністративних послуг.

Тому виникає нагальна потреба у подальшому теоретико-методологічному переосмисленні системи публічного адміністрування, спираючись на використання позитивного досвіду світових країн щодо здійснення управлінської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у розвиток теорії та методології публічного адміністрування здійснили такі вітчизняні науковці, як Ю.В. Ковбасюк, В.Д. Бакуменко, Н.М. Мельтюхова, С.К. Чернов, О.В. Соснін, Н.Г. Діденко, О.В. Алейнікова, В.К. Колпаков, В.Б. Авер'янов, О.В. Кузьменко, В.В. Коваленко, О.Ю. Амосов, Н.Л. Гавкалова, Н.О. Шура та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на ґрунтовні наукові дослідження сфери публічного адміністрування, слід зауважити, що через складність і багатоаспектність цієї проблематики деякі теоретичні та методологічні питання розроблені недостатньо. А тому потребують подальшого наукового дослідження, спираючись на сучасні підходи та позитивний зарубіжний досвід щодо побудови ефективних систем державного управління та місцевого самоврядування в Україні.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є комплексний і ґрунтовний аналіз методологічних основ публічного адміністрування в умовах перебудови вітчизняної економіки та системи державного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Перед тим як перейти до розкриття методологічних основ публічного адміністрування, необхідно розкрити його сутність та зміст.

Глосарій Програми розвитку ООН надає два взаємопов'язаних визначення поняттю «публічне адміністрування»:

– цілісний державний апарат (політика, правила, процедури, системи, організаційні структури, персонал тощо), який фінансується за рахунок державного бюджету і відповідає за управління і координацію роботи виконавчої гілки влади та її взаємодію з іншими зацікавленими сторонами в державі, суспільстві та зовнішньому середовищі;

– управління та реалізація різних урядових заходів, що пов'язані з виконанням законів, постанов та рішень уряду та управління, що пов'язане з наданням публічних послуг [1].

Загалом серед вітчизняних науковців у сфері державного управління є різні погляди щодо тлумачення та інтерпретації поняття «публічне адміністрування» (табл.1).

Розповсюдженим підходом у вітчизняних дослідників є розгляд терміна «публічне адміністрування» у широкому і вузькому значенні.

У широкому сенсі під публічним адмініструванням розуміють всю систему адміністративних інститутів з ієрархією влади, за допомогою якої відповідальність за виконання державних рішень спускається зверху донизу. Тобто публічне адміністрування – це скоординовані групові дії з питань державних справ,

Таблиця 1

Визначення поняття «публічне адміністрування» вітчизняними науковцями

Автор, джерело	Визначення поняття
Енциклопедія державного управління	Різновид управлінської діяльності інституцій публічної влади, завдяки якій держава та громадянське суспільство забезпечують самокерованість (самоврядність) усієї суспільної системи та її розвиток у певному, визначеному напрямі [4, с. 488]; Технічний складник врядування, що має здійснюватися на професійній (неполітичній) основі і чим далі, тим більше звертатиметься до залучення недержавних партнерів для спільного вирішення проблем, що постають у цій сфері управлінської діяльності [4, с. 489–490].
Енциклопедичний словник з державного управління	Теорія та практика державного управління, яка характеризується реалізацією адміністративних процедур шляхом публічної діяльності, застосування інструментів демократичного врядування, упорядкування суспільної діяльності та надання адміністративних послуг як засобу реалізації прав та свобод громадян [3, с. 605].
Мельтюхова Н.М.	Цілеспрямована взаємодія публічних адміністрацій з юридичними та фізичними особами з приводу забезпечення реалізації законів та підзаконних актів і виконання частини основних функцій: орієнтуючого планування, що визначає бажані напрями розвитку, створення правових, економічних та інших умов для реалізації інтересів учасників взаємодії, розподілу праці, кооперування та координування діяльності, моніторинг результатів [10, с. 78].
Мартиненко В.М.	Форма реалізації публічного управління, яке здійснюють представницькі органи демократичного врядування через свої виконавчі структури [9, с. 20–21].

які: пов'язані із трьома гілками влади (законодавчою, виконавчою і судовою); мають важливе значення у формуванні державної політики; є частиною політичного процесу; значно відрізняються від адміністрування у приватному секторі; пов'язані із багаточисельними приватними групами та індивідами, які працюють у різних компаніях та громадах [5, с. 4].

У вузькому розумінні публічне адміністрування пов'язане із виконавчою гілкою влади і розглядається як: професійна діяльність державних службовців, яка включає всі види діяльності, спрямовані на реалізацію рішень уряду; вивчення, розроблення та впровадження напрямів урядової політики [2, с. 14].

Слід зазначити, що поняття «публічне адміністрування» є предметом дослідження і юридичної науки. Адже публічне адміністрування є важливим процесом у системі адміністративного права. Так, В.К. Колпаков визначає зміст публічного адміністрування як діяльність суб'єкта публічної адміністрації, що спрямована на виконання владних повноважень публічного змісту і яка використовує засоби управління, надання адміністративних послуг, участь у відносинах відповідальності суб'єктів публічної адміністрації, застосування заходів впливу за порушення правил, встановлених публічною адміністрацією [7, с.102].

Інші вітчизняні дослідники у сфері права, зазначають, що «публічне адміністрування – це діяльність публічної адміністрації щодо задоволення загальних публічних інтересів соціуму» [8, с. 23].

Загалом публічне адміністрування характеризується тим, що досліджується різними науками: політичними, економічними, соціально-гуманітарними тощо. Наприклад, у соціально-філософському аспекті досліджує публічне адміністрування, І. Рибич і зазначає, що це поняття є підсистемою складної соціальної системи, складником суспільства, «чиє функціонування та розвиток перебувають під впливом всіх інших сфер суспільної життєдіяльності» [14, с. 406].

В Енциклопедичному словнику з державного управління визначено, що «підхід – дослідницька позиція, методологічна система, яка визначається на початку дослідження з метою досягнення більшої інструментальної визначеності дослідника під час вивчення об'єкта дослідження. У сучасних дослідженнях з управління трапляється термін «модель-підхід», під яким розуміють вибір як методологічну схему певної моделі, наприклад моделі діяльності або моделі суб'єкт-об'єктних відносин» [3, с. 518].

У сучасній світовій науці виокремлюють три основні підходи щодо розвитку публічного адміністрування:

– ринково-ліберальний підхід, що ґрунтується на моделях нової економіки, нового менеджменту, нового публічного адміністрування, активного впровадження у діяльність

органів публічної влади інструментів та технологій, що використовуються у приватних бізнес-структурах тощо. При цьому для споживачів послуг важливим є результат, а не способи його досягнення, тому питання соціального захисту стають другорядними;

– ліберально-комунікативний підхід, що базується на комунікаційному менеджменті, інституційному аналізі, концепції політичних мереж. За такого підходу структурні відносини, що складаються між політичними інститутами держави, громадськими організаціями й окремими громадянами, є договірними, тобто вони взаємодіють як рівноправні партнери;

– демократичного громадянства, що характеризується положеннями концепції «рецептивного (сприйнятливого) адміністрування», «партиципативного (що бере участь) менеджменту», базовими принципами яких є надійність та цілісність формування політики, участь громадян, централізація та децентралізація, відкритість і прозорість, високі етичні стандарти. Їх реалізація створює умови для кардинальних змін у відносинах між органами влади та місцевого самоврядування, їх службовцями і громадянами [2, с. 97].

Слід відміти, що у вітчизняній науці постійно розвиваються методологічні дослідження у сфері публічного адміністрування, це приводить до того, що постійно з'являються нові підходи, наукові школи та напрями. Так О.Ю. Амосов та Н.Л. Гавкалова застосовують архетипний підхід для дослідження концептуальних засад публічного адміністрування та зазначають, що «публічне управління спирається на ланцюг універсальних основоположень архетіпіки, зокрема на ідею природного права (що базується на іманентній природі людини), на ідею держави як гаранта природного права, на ідеї конститування закону та держави в акті вільного волевиявлення людини й на ідеї народу, якому властиві суверенне право та влада» [12, с. 9].

Принцип (від лат. *principium* – початок, основа, виникнення, першоджерело) – основне вихідне положення будь-якої теорії чи вчення, вихідні засади пояснень чи керівництва до дії [3, с. 560].

Саме принципи відображають сутність, зміст та реальність процесів та явищ, які відбуваються в публічному адмініструванні.

Необхідно відзначити, що серед українських науковців немає єдиних підходів та критеріїв стосовно визначення та класифікації принципів публічного адміністрування (табл. 2).

Практичне застосування принципів публічного адміністрування здійснюється за допомогою різних методів та інструментів.

Метод публічного адміністрування – це спосіб практичної реалізації управлінських функцій шляхом діалогічно-організаційного та організаційно-розпорядчого впливу суб'єкта управління на поведінку і суспільну діяльність керованого об'єкта з метою реалізації їх взаємоузгоджених інтересів [13, с. 21].

Таблиця 2

Класифікація принципів публічного адміністрування

Автор, джерело	Назва принципів
О.Ю. Амосов, Н.Л. Гавкалова	науковість; системність; комплексність; дієвість; прозорість; демократичність (широкий доступ населення до вирішення суспільних проблем); підконтрольність членам громади; самодостатність (для вирішення проблем); адаптивність; креативність [12, с. 10].
В.Б. Дзюндзюк, Н.М. Мельтюхова, Н.В. Фоміцька	верховенство права; відкритість та прозорість; підзвітність органів державного управління судовим органам та вищим адміністраціям; продуктивність у використанні державних ресурсів та ефективність упровадження державної політики; процедурної справедливості; своєчасності; продуктивності у використанні державних ресурсів та ефективності впровадження державної політики; субсидіарності; пропорційності; децентралізації; місцевої та регіональної автономії; участь у виробленні європейської політики; взаємне доповнення діяльності органів влади та громадських організацій [2, с. 81–87].
Н.О. Шура	верховенство права; об'єктивність; пропорційність; незловживання владою; службова співпраця; ефективність; субсидіарність; «єдине вікно»; пріоритет державної політики; зворотний зв'язок; демократія; системний підхід; централізм на демократичній основі; соціальна справедливість [15, с. 261].
В.М. Нагаєв	адміністративно-правові; системно-цільові; системно-функціональні; системно-організаційні; адаптивні [11, с. 50–51].
В.К. Колпаков	загальні; спеціальні [7, с. 102].

Аналіз наукової літератури дає підстави стверджувати, що значна увага у вітчизняних наукових колах приділяється питанням визначення сутності класифікації методів публічного адміністрування (табл. 3).

Окрім наведених класифікацій методів публічного адміністрування у таблиці 3, поширеним серед українських учених є підхід коли методи поділяються на види за різними критеріями. Так В.М. Нагаєв пропонує таку класифікацію методів публічного адміністрування:

1) залежно від форми вираження:

– правові – містяться в нормативних та індивідуальних правових актах і тягнуть юридичні наслідки;

– неправові – характеризуються здійсненням суб'єктом публічної адміністрації певних дій організаційного характеру (наради, інструктажі тощо);

2) залежно від правових властивостей:

– нормативні – застосовуються з метою прийняття нормативних правових актів;

– індивідуальні – застосовуються з метою прийняття індивідуального адміністративного акта;

3) за ступенем владного впливу на об'єкти:

– імперативні – містять владні приписи, які зобов'язують до вчинення необхідних дій або належної поведінки;

– уповноважені – дозволяють здійснювати певні дії (наприклад, приймати правові акти публічного адміністрування);

– заохочувальні – реалізуються за допомогою встановлення стимулів до правомірної поведінки суб'єктів адміністративного права;

– рекомендаційні – містять рекомендації щодо здійснення певних дій необов'язкового характеру;

4) за суб'єктом складом:

– одноосібні (єдиноначальні);

– колегіальні.

5) залежно від міри використання владних повноважень публічної адміністрації:

– переконання;

Таблиця 3

Класифікація методів публічного адміністрування

Автор, джерело	Класифікація
Чернов С.Г. [13, с. 21].	адміністративні; економічні; правові.
В.Б. Дзюндзюк, Н.М. Мельтюхова, Н.В. Фоміцька [2, с. 102–105]. Н.Г. Діденко [13, с. 101].	правового регулювання; організаційно-розпорядчі (адміністративні); економічні; соціально-політичні; соціально-психологічні; морально-етичні методи.
О.Ю. Амосов, Н.Л. Гавкала [12, с. 10].	адміністративні; економічні; соціально-психологічні.

- заохочення;
- примус [11, с. 175].

Таку саму класифікацію пропонує В.В. Коваленко, доповнивши її лише одним критерієм. А саме залежно від ступеня врахування у владному впливі інтересів і правових можливостей його об'єктів, за яким методи публічного адміністрування поділяються на адміністративні та економічні [6].

Висновки. Таким чином, розвиток системи публічного адміністрування в умовах реформування вітчизняного державного управління та

місцевого самоврядування має здійснюватися на основі використання та дотримання багатьох підходів, принципів та методів, які сприятимуть процесу інтеграції України у європейське співтовариство та забезпечать встановлення високого рівня демократизації у сфері державної влади.

Наукове пізнання та осмислення методологічних основ публічного адміністрування дає змогу обґрунтувати спрямованість, сутність та зміст державно-управлінської діяльності на сучасному етапі трансформації українського суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Глосарій Програми розвитку ООН. URL: <http://www.unpan.org/Directories/UNPublicAdministrationGlossary/> (дата звернення: 10.09.2018)
2. Дзюндзюк В.Б., Мельтюхова Н.М., Фоміцька Н.В. Публічне адміністрування в Україні: навчальний посібник / за заг. ред. д-ра ф. наук, проф. В.В. Корженка, к.е.н., доц. Н.М. Мельтюхової. Харків: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2011. 306 с.
3. Енциклопедичний словник з державного управління / уклад.: Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трошинського, Ю.П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.
4. Енциклопедія державного управління : у 8 т. / наук. ред. кол.: Ю.В.Ковбасюк (голова) [та ін.]; Національна академія державного управління при Президентові України. Київ: НАДУ, 2011. Т. 8. 630 с.
5. Зарубіжний досвід публічного адміністрування: метод. рек. / авт. кол.: Н.М. Мельтюхова, В.В. Корженко, Ю.В. Дідок та ін.; за заг. ред. Н.М. Мельтюхової. Київ: НАДУ, 2010. 28 с.
6. Коваленко В.В. Курс адміністративного права України. Київ: Юрінком Інтер, 2012. 808 с.
7. Колпаков В.К. Адміністративно-правові відносини: поняття і види. Юридичний науковий електронний журнал. 2013. № 1. С. 101–104. URL: http://www.lsej.org.ua/1_2013/ukr/Kolpakov.pdf (дата звернення: 10.09.2018)
8. Кузьменко О.В. Правова детермінація поняття «публічне адміністрування». Юридичний вісник. 2009. № 3(12). С. 20–24
9. Мартиненко В.М. Демократичне врядування: проблеми теорії та практики. Публічне управління: теорія та практика: 36. наук. праць. 2010. № 1. С. 16–22.
10. Мельтюхова Н.М. Становлення і розвиток публічної адміністрації в Україні. Європеїзація публічного адміністрування в Україні в контексті європейської інтеграції : матеріали наук.-практ. конф. (Дніпропетровськ, 17 грудня 2009 р.). м. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2009. С. 77–78.
11. Нагаєв В.М. Публічне адміністрування: електронний навчальний посібник. Харків: ХНАУ, 2018. 278 с.
12. Публічне управління : теорія та практика : збірник наукових праць Асоціації докторів наук з державного управління. Харків: Вид-во «ДокНаукДержУпр». Спеціальний випуск. Березень, 2015. 226 с.
13. Публічне управління та адміністрування в умовах інформаційного суспільства: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія / За заг. ред. Сергія Чернова, Валентини Воронкової, Віктора Банаха, Олександра Сосніна, Пранаса Жукаускаса, Йоліти Ввайнхардт, Регіни Андрюкайтене; Запоріж. держ. інж. акад. Запоріжжя: ЗДІА, 2016. 606 с.
14. Рибич І. Публічне адміністрування процесу реалізації особистості у спорті: соціально-філософський аспект. Актуальні проблеми державного управління. 2015. № 1(47). С. 405–412.
15. Шура Н.О. Принципи публічного адміністрування як регулятори соціально-економічних процесів у національній економіці. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Випуск 14. С. 260–263.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ЇЇ РЕГІОНІВ

FORMATION OF IMAGE OF UKRAINE THROUGH THE DEVELOPMENT OF ITS REGIONS

Кукліна Т.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Зайцева В.М.

кандидат педагогічних наук, професор,
професор кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Корнієнко О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

Імідж регіону є пріоритетним напрямом розвитку держави загалом. Формування іміджу проходить через його складники, і кожен регіон виокремлює найбільш значущі для себе. Туристично-інформаційні центри в кожному регіоні допомагають потенційному туристу або інвестору більше дізнатися про можливості області, напрями туристичної діяльності тощо.

Ключові слова: регіон, імідж, потенціал розвитку, складник, бренд.

Имидж региона является приоритетом для развития государства в целом. Формирование образа проходит через его составляющие, и каждая область выделяет наиболее значимую для себя. Туристические информационные центры в каждом регионе помогают потенциальным туристам или инвесторам узнать больше о возможностях региона, направлении туристической деятельности и тому подобное.

Ключевые слова: регион, имидж, потенциал развития, составляющая, бренд.

The image of the region is a priority for the development of the state as a whole. The formation of the image passes through its components and each region allocates the most significant for itself. Tourist information centers in each region help potential tourists or investors to learn more about the possibilities of the region, the direction of tourism activities and the like.

Key words: region, image, development potential, component, brand.

Постановка проблеми. На сучасному етапі імідж регіону стає складником національного капіталу, а проблеми формування і реалізації іміджевої політики – одним зі стратегічних пріоритетів розвитку області. Україна кожен день позиціонує себе як відкрита, прогресивна, креативна країна, в якій безліч простору для розвитку та інноваційного руху. Наявні розбіжності у господарчому, суспільному та політичному розвитку регіонів України зумовлені не тільки особливостями їх розташування, а здебільшого неефективним використанням власних ресурсів. Серед найважливіших шляхів виправлення такої ситуації – допомогти регіону самоідентифікуватися, тобто ті «ідеали», що відрізняють його від інших територій. Втілити їх у конкретних продуктах і послугах, розрахованих на певні цільові групи. Однією з найперспективніших

таких груп для будь-якого адміністративно-територіального утворення є туристи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Свідченням неабиякої актуальності формування іміджу територій є також поява значної кількості різнопланових наукових праць, що з'явилися в останні десятиліття і присвячені аналізу феномену іміджу в політичній, економічній, географічній, соціологічній, маркетинговій площині тощо. Значний доробок у цьому сенсі становлять праці західних науковців Г. Берсона, Ф. Котлера, Дж.Траута та ін., якими було сформульовано основи механізмів позиціонування держав. Різні аспекти формування іміджу, в тому числі України, розглядалися і вітчизняними дослідниками. Це праці А. Акайомової, Д. Богуша, Л.В. Губерського, В. Данилова, Н.О. Качинської, В.Г. Королько, О. Петкової, Г.М. Сашука, В. Терещук, Л.В. Хар-

ченко та ін. З погляду формування туристичного іміджу території значний інтерес становлять праці вітчизняного дослідника М.Г. Бойко.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз Програм розвитку областей України, які впливають на формування позитивного іміджу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під час формування і реалізації іміджевої політики в туризмі провідні країни світу спираються на своєрідну класифікацію [1. с. 24], до складу якої входять різні компоненти (рис. 1).

Провідну роль у менеджменті дестинації і реалізації іміджевої політики у туризмі відіграють туристичні інформаційні центри (Tourist Information Centre – TIC), які надають туристам усю необхідну інформацію про країну перебування. Майже кожен регіон України має свій TIC (рис. 2), який надає послуги на декількох мовах (російська, англійська, в деяких регіонах популярна польська та німецькі мови). Окремі TIC розповсюджують сувенірну продукцію, організовують оглядові екскурсії, спеціалізуються на прокаті спорядження для відпочинку та активного туризму.

У популяризації туристичної дестинації важливу роль відіграють випуски каталогів та брошур кількома мовами, що містять інформацію про країну, її туристичні ресурси, адреси посольств, туроператорів, готелів, ресторанів, цікаві події тощо. Карти міста можуть також включати додаткову інформацію, що сприяє просуванню позитивного туристичного іміджу [2; 4].

На додачу до карт і транспортних схем у цих виданнях наводиться ілюстрована інформація про найбільш популярні туристичні об'єкти. Сувенірна продукція є важливим чинником закріплення позитивних асоціативних уявлень про туристичний регіон, відіграє велику роль у так званому процесі «присвоєння території». Яскраві місцеві сувеніри формують позитивний імідж туристичної дестинації.

Унікальність завжди впливала на формування туристичного іміджу і вибір туристичної дестинації. Найбільш популярним механізмом формування туристичного іміджу і менеджменту дестинації є підкреслення найвизначніших пам'яток, заради яких необхідно приїхати до країни або міста, так званих «Топ 10»,

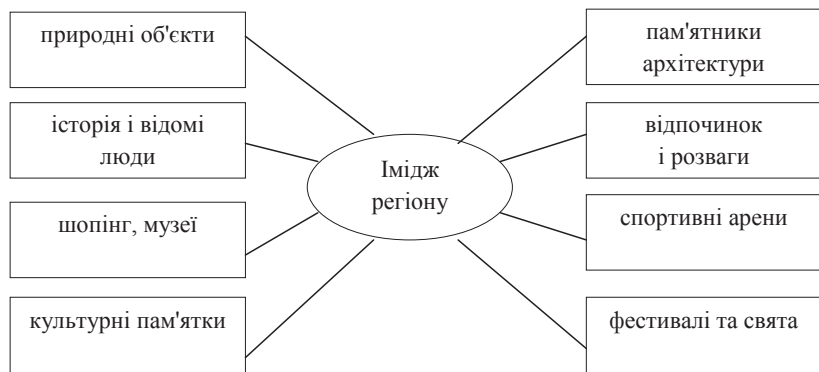


Рис. 1. Складники іміджу регіону

або «Must sees» – речі, які необхідно побачити. Огляд визначних пам'яток, фотографування – це, безсумнівно, дуже захопливо і цікаво, проте деяким гостям міста хочеться пізнати місто з іншого боку. Так, на багатьох туристичних сайтах приведений список «Must dos» – речі, які необхідно зробити. Важливим механізмом реалізації іміджевої полі-

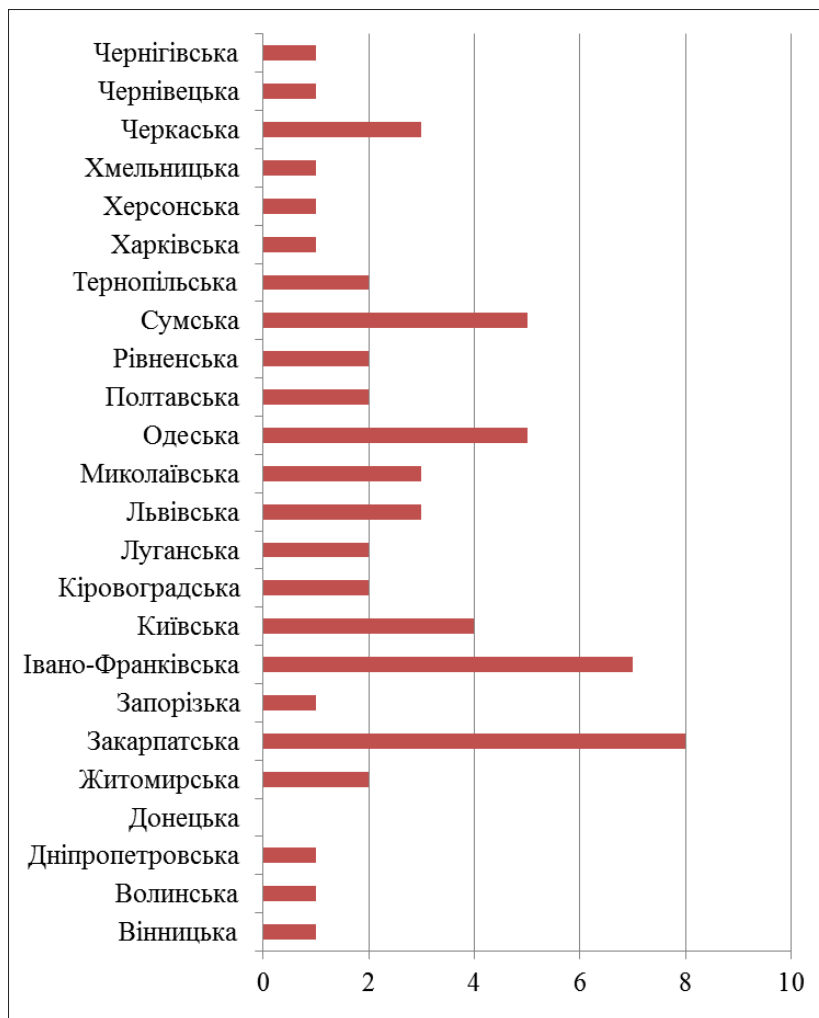


Рис. 2. Кількість туристично-інформаційних центрів за областями України (станом на липень 2018 р.)

тики у туризмі є транслявання промороликів. Відеоролики транслюються на провідних телевізійних каналах під різними слоганами [5; 6].

Серед українських розробок національного бренда та брендингу регіонів України можна навести діяльність Дениса Богуша (президента Bohush Communications, віце-президента Української Ліги зі зв'язків із громадськістю, політичного експерта, керівника проекту «Форум політичних стратегій»), Володимира Семиноженка (голови «Українського форуму», академіка НАНУ) та Валерія Геєця (члена ради Українського форуму, академіка НАНУ), що являють собою перші прикладні кроки вивчення «ринку» (асоціацій з «Україною» та окремими її регіонами, що є сьогодні в межах країни та за її кордонами), та створення програм стратегічного розвитку держави («Україна 2015»).

У контексті розбудови бренду «Україна» та в межах Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 р. № 739-р, кожна область виконує певний набір дій, який є іміджотворюючим (табл. 1).

Таблиця 1
**Інформація про фінансове забезпечення
Програм розвитку туризму
українських регіонів до 2020 року***

Область	Фінансування, тис. грн.	Кількість туристичних програм/проектів
Вінницька	10301,3	17
Волинська	174235	27
Дніпропетровська	77760	6
Донецька	37600	4
Житомирська	54614,5	11
Закарпатська	5436	7
Запорізька	191227	15
Івано-Франківська	12160	3
Київська	12660	12
Кіровоградська	6250	11
Луганська	9375	4
Львівська	4000	3
Миколаївська	54959,9	6
Одеська	46610	18
Полтавська	4990	9
Рівненська	6901	3
Сумська	7780	5
Тернопільська	5056	8
Харківська	198070	3
Херсонська	6287,5	6
Хмельницька	4529,5	4
Черкаська	482195	7
Чернівецька	9747,3	7
Чернігівська	587	4

Примітка: Дані взяті з Програм стратегії сталого розвитку областей обласних державних адміністрацій
Джерело: розроблено авторами

Світова спільнота сприймає Україну як країну з корумпованою владою, несталим законодавством, низьким рівнем сервісу на туристичних об'єктах, воєнним конфліктом на сході, низькими статками населення тощо. Проте на законодавчому рівні формування бренду «Україна» підтримується, приймаються відповідні Концепції розвитку, Програми, Стратегії. На наш погляд, необхідно спочатку сформулювати чітке уявлення кожного українця про регіон, де він живе, тоді й загалом позиція країни покращиться. Адже за період відкриття безвізового режиму для українців можливість поширити інформацію про свою країну збільшилася в рази [7].

У 2018 році Кабінет Міністрів України підтримав єдиний бренд України «Ukraine NOW UA» («Україна ЗАРАЗ»), запропонований українською агенцією Banda в межах роботи Комісії з питань популяризації України при Міністерстві інформаційної політики України, а також на основі пропозицій британських партнерів. За підтримки британського уряду було проведене дослідження, як сприймають Україну за кордоном. За його результатами виявилось, що три найпопулярніші асоціації з Україною – це «корупція», «революція» та «війна». Люди, які не бували в Україні жодного разу, бачать українців закритими, агресивними та нетолерантними. Цей образ сформовано здебільше з того, що вони бачать і чують у новинах. З такою репутацією важко привабити в країну інвестиції та туристів. І щоб змінити уявлення про українців і переконати ще більше людей завітати сюди, Україні потрібен бренд.

Кожного року в Україні оголошують конкурси на іміджоутворюючі місця, проголошують ТОП-10 кращих для відпочинку, відвідання, оздоровлення тощо місць. Часто ці місця є привабливими і для туристів, і для інвесторів [4]. Кожна область пропонує інвесторам вкладати кошти в розвиток певного історичного, культурного, подієвого тощо місця. Так, наприклад, Запорізька, Херсонська та Вінницька області пропонують вкласти кошти в розвиток аеропортів, Донецька, Херсонська, Луганська – поліпшити стан доріг, вдосконалити морські та річкові порти в Херсонській, Миколаївській та Одеських областях.

Аналізуючи Програми розвитку (до 2020 р.) кожної області, ми побудували таблицю 2 «проблемних» зон регіону. У кожній Програмі закладено кошти на вирішення проблемних питань або наведено економічне обґрунтування та відбувається пошук інвесторів. Саме вирішення проблемних питань дасть змогу підвищити імідж кожної області в Україні та сприяти розвитку туристичного бренду «Україна».

Для того щоб сформулювати позитивний імідж регіону, не варто прагнути бути кращим в усіх напрямках. Важливо вибрати один із них, що позитивно вирізняє цей регіон серед інших. Ця унікальна особливість повинна бути заснованою на наявних досягненнях регіону [3].

Таблиця 2

Необхідність в інвестуванні туристичних зон регіонів України до 2020 р.*

Область	Інфраструктура	Облаштування туристичних територій	Подієвий туризм	Сільський зелений туризм	Екологічний туризм	Розроблення нових маршрутів/видів туризму	Виставки, ярмарки, музеї
Вінницька	+	+	+	+	+		
Волинська		+			+	+	
Дніпропетровська			+				
Донецька	+	+					
Житомирська	+		+		+	+	
Закарпатська		+		+	+	+	
Запорізька	+		+			+	
Івано-Франківська		+		+	+		
Київська		+	+				
Кіровоградська		+	+				+
Луганська	+			+		+	
Львівська			+		+		
Миколаївська	+	+					+
Одеська	+	+					
Полтавська			+			+	
Рівненська		+	+	+			
Сумська		+	+	+	+	+	+
Тернопільська	+			+	+	+	
Харківська		+	+			+	
Херсонська	+					+	+
Хмельницька						+	+
Черкаська	+	+					
Чернівецька		+	+		+	+	
Чернігівська		+		+	+		

Примітка: Дані взяті з Програм стратегії сталого розвитку областей обласних державних адміністрацій

Джерело: розроблено авторами

Висновки. Природно, що формування іміджу регіону вимагає певних цілеспрямованих зусиль, спрямованих на організацію презентації регіону в комунікаційному просторі; формування регіональної ідентичності громадян на основі підвищення значущості історичних подій, що сталися на території регіону, гордості громадян за культурні й наукові досягнення регіону. Люди хочуть відчувати свою належність до якоїсь спільноти, об'єднавчу силу ідей. Відповідно до цього, необхідно: приділяти велику увагу діяльності культур-

них центрів, проведенню виставок, конференцій, через які можна рекламувати досягнення регіону; здійснювати медіаполітику, спрямовану на пропаганду інноваційних та креативних проєктів розвитку регіону; створювати сприятливий інвестиційний та бізнес-клімат з метою залучення інвесторів і суб'єктів бізнес-діяльності; підвищувати привабливість регіону для туристів; створювати майданчики для громадського обговорення проблем регіону, в тому числі за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В.М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.
2. Формування іміджу держави в контексті політичної модернізації України. URL: <http://social-science.com.ua/article/1031>.
3. Трофименко Е.Ю. Имидж региона, как составляющая маркетинга территорий. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015, № 1-1. С. 238–242.

4. Сергійко В.Ф. Значення формування привабливого іміджу території для збереження природної та історико-культурної спадщини. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/download/3230/3185>.
5. Туристичний бренд України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7cac02e9-6746-4374-b395-95699ed30fc9&tag=TuristichniiBrendUkraini>.
6. Богуш Д. Інвестиційний імідж і клімат України. URL: https://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4bb1a05adc25f/view_print/.
7. Продать Украину: как "схроить" имидж топ-государства. URL: <https://ru.tsn.ua/ukrayina/prodat-ukrainu-kak-skroit-strane-imidzh-top-gosudarstva-449016.html>.

МОДЕЛЬ ВЗАЄМОДІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ У РЕАЛЬНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ КСВ

THE STAKEHOLDER INTERACTION MODEL IN THE UKRAINIAN INDUSTRIAL SECTOR IN THE CONTEXT OF THE CSR

Мирошніченко Ю.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління,
Сумський державний університет

Бондар А.В.

аспірант кафедри управління,
Сумський державний університет

У статті досліджуються питання організації взаємодії стейкхолдерів підприємств реального сектору економіки України в контексті нових, інклюзивних, соціально та екологічно орієнтованих підходів ведення бізнесу. Особлива увага приділена обґрунтуванню методичних підходів до побудови карти взаємодії стейкхолдерів.

Ключові слова: стейкхолдери, корпоративна соціальна відповідальність, підприємство, реальний сектор економіки.

В статье исследуются вопросы организации взаимодействия стейкхолдеров предприятий реального сектора экономики Украины в контексте новых, инклюзивных, социально и экологически ориентированных подходов ведения бизнеса. Особое внимание уделено обоснованию методических подходов к построению карты взаимодействия стейкхолдеров.

Ключевые слова: стейкхолдеры, корпоративная социальная ответственность, предприятие, реальный сектор экономики.

The article deals with the problems of organizing the stakeholder interaction model in the Ukrainian industrial sector in the context of new, inclusive, social and environmental-oriented approaches to doing business. Particular attention is paid to developing methodological approaches to stakeholders mapping.

Key words: stakeholder, corporate social responsibility, enterprise, real sector of the economy.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та поширення принципів Четвертої промислової революції перед підприємствами ставляться нові завдання щодо організації менеджменту та виробничого процесу. Розроблення та впровадження гнучкої, саморегульованої системи автоматизованого виробництва з мінімальним втручанням людини у процес, яка є персоніфікованою та орієнтованою на вимоги споживача, є ключовим фактором для досягнення довгострокової конкурентоспроможності промислового підприємства. Складність ділового середовища для реалізації бізнес-функцій підприємств стимулює підприємства сфокусуватися не тільки на вимогах замовника для покращення задоволеності клієнтів, а й на інших членів громади, організаціях або інших зацікавлених особах у взаємодії з бізнесом. Крім того, з поширенням інформаційних та мережевих технологій коло стейкхолдерів підприємств значно розширюється. У зв'язку з цим як у теоретичній, так і в практичній площині

є низка невирішених завдань щодо організації взаємодії стейкхолдерів підприємств реального сектору економіки України через призму корпоративної соціальної відповідальності, що потребують сучасного наукового вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи стейкхолдерської теорії (stakeholder theory), або теорії зацікавлених сторін, були сформовані в 60–80-х роках ХХ століття. Традиційне визначення терміна «стейкхолдер» дав Р. Фрімен (1984), під яким він розумів «будь-яку групу або особу, яка може впливати на досягнення цілей організації чи впливає на неї» [1]. Головною ідеєю теорії є твердження про те, що цілі компанії набагато ширші, ніж створення прибутку для її власників. Г. Ньюбоулд і Г. Луффман (1989) класифікували стейкхолдерів на чотири основні категорії: 1) фінансові групи впливу; 2) менеджери; 3) службовці (які зацікавлені в досягненні цілей бізнесу); 4) економічні групи впливу [2]. Модель А. Менделоу (1991) ґрунту-

ється на класифікації стейкхолдерів на основі ступеня їхніх інтересів / бажання впливати та влади / здатності впливати на підприємство [3]. Г. Саваж (1991) пропонував диференціювати стейкхолдерів з урахуванням їх рівня загрози та інтенсивності взаємодії з підприємством [4]. Типологія Р. Мітчелла (1997) передбачає врахування трьох факторів: законність (юридична легітимність впливу), значущість (ступінь впливу) та швидкість відповідей на запити зацікавленої сторони [5]. А. Фрідман і С. Майлс (2006) деталізує список зацікавлених сторін (споживачі, співробітники, місцеве співтовариство, постачальники і дистриб'ютори, акціонери, ЗМІ, суспільство загалом, бізнес-партнери, майбутні і минулі покоління та ін.) [6]. У практичній діяльності визначення кола стейкхолдерів підприємства залежить від галузевої належності, організаційно-правової форми, ступеня КСВ та інших факторів. Системним підходом до управління взаємовідносинами підприємства зі стейкхолдерами для забезпечення максимізації позитивного впливу зацікавлених сторін та зменшення негативних наслідків є розроблення карти стейкхолдерів та визначення інструментів оптимальної взаємодії з ними.

Значний внесок у теорію та практику взаємодії промислових підприємств із стейкхолдерами відображений у роботах вітчизняних науковців, таких як Ю.Є. Благоев, Н.В. Водницька, В.Ю. Грунтковський, О.А. Данченкова, М.В. Фурса та ін. Водночас потребує подальшого дослідження питання організації взаємодії стейкхолдерів підприємств реального сектору економіки України в контексті нових, інклюзивних, соціально та екологічно орієнтованих підходів ведення бізнесу.

Постановка цілей дослідження. Мета дослідження полягає в розробленні та обґрунтуванні методичних підходів до побудови карти взаємодії стейкхолдерів в реальному секторі економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Побудова матриці або мапи стейкхолдерів є прикладним підходом для підприємства до групування та використання як початкової бази для моніторингу і виявлення трендів зміни рангу стейкхолдерів. Аналіз матриці стейкхолдерів дає змогу виявити області та нові форми взаємодії із зацікавленими сторонами, визначити додаткові заходи щодо підвищення ефективності та досягнення стану взаємної задоволеності. Загалом стейкхолдерів промислового підприємства можна поділити на три групи: 1) особи (групи/організації), на яких впливає діяльність підприємства; 2) особи (групи/організації), перед якими у підприємства є юридичні, фінансові та операційні зобов'язання; 3) особи (групи/організації), які можуть вплинути на результати діяльності підприємства та які приймають управлінські рішення.

Класичним графічним відображенням карти стейкхолдерів є матриця А. Менделоу (рис. 1).



Рис. 1. Класична матриця стейкхолдерів (матриця Менделоу, 1991)

Іншим прикладним інструментом для відображення та аналізу стейкхолдерів є модель, запропонована Р. Мітчеллом, Б. Агле і Д. Вудом (рис. 2). Ця модель дає змогу виявити сім видів поведінки зацікавлених сторін залежно від поєднання ознак влади, легітимності і терміновості [5]. Ознаку «влада» у цій моделі автори моделі трактують як здатність стейкхолдерів отримати бажаний результат від бізнесу (можливість прийняття управлінських рішень, фінансова винагорода). Ознака «легітимність» у цій моделі означає ступінь відповідності юридичним нормам і нормам поведінки, прийнятим у конкретному суспільстві. Ознака «терміновість» характеризує відносини між підприємством та зацікавленими сторонами з погляду невідкладності задоволення вимог конкретного стейкхолдера.



Рис. 2. Карта стейкхолдерів за Р. Мітчеллом (1997)

Таким чином, будемо мати сім груп, а саме:

1) Дирекційна група (зацікавлені сторони, які не мають «терміновості» чи «влади», наприклад навчальні заклади).

2) Бездіяльна група (зацікавлені сторони, які не мають «легітимності» і «терміновості», наприклад спонсори).

3) Група, що вимагає (зацікавлені сторони, які не мають «влади» та «легітимності», але хочуть негайно отримувати інформацію та вирішувати питання).

Таблиця 1

Способи взаємодії стейкхолдерів у реальному секторі економіки

Рівень впливу	Стейкхолдери	Способи взаємодії
Прямий вплив на підприємства	Менеджмент компанії	– удосконалення системи управління; – програми підвищення ефективності.
	Персонал, потенційні співробітники регіонів	– канали внутрішньокорпоративної комунікації; – проведення робочих нарад, опитування, анкетування; – громадські приймальні; – соціальні та благодійні програми; – проведення оцінки впливу на навколишнє середовище.
	Постачальники, партнери, підрядники	– проведення відкритих тендерів; – укладення довгострокових договорів із прозорими правилами ціноутворення; – участь у виставках і форумах; – двосторонні візити, робочі наради; – формування стратегічних партнерств.
	Акціонери	– участь у реалізації стратегічних цілей акціонера; – удосконалення системи корпоративного управління.
	Замовники	– двосторонні візити, робочі наради; – участь у роботі штабів; – освоєння сучасних технологій інжинірингу.
Опосередкований вплив на підприємства	Наукове та освітнє співтовариство	– замовлення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт; – участь у наукових конференціях; – підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації співробітників; – організація студентської виробничої практики.
	Професійні асоціації (промислові об'єднання, торгово-промислова палата України, Український союз промисловців і підприємців, Об'єднання організацій роботодавців України та ін.)	– створення виставкових центрів; – організація промислових форумів та конференцій.
	Громадські організації (Інститут сталого розвитку МГО «ІСР», Інститут суспільно-економічних досліджень (ІСЕД), Всеукраїнська громадська організація «Союз захисту підприємництва» та ін.)	– організація та проведення соціальних та благодійних програм; – проведення екологічних експедицій та оцінки впливу на навколишнє середовище; – проведення публічної звітності та звітів з КСВ.
	Профспілкові організації (профспілки підприємств, Федерація профспілок України, Центральної Ради профспілки працівників хімічних та нафтохімічних галузей промисловості, ради ветеранів праці та ін.)	– підвищення кваліфікації персоналу; – проведення програм кадрового резерву; – організація соціальної підтримки працівників та соціальних партнерств.
	Органи місцевого та державного контролю (Державна контрольно-ревізійна служба України, Державна податкова служба України, органи державної статистики, Антимонопольний комітет України, Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України та ін.)	– отримання ліцензій; – проведення інспекційних перевірок; – здійснення оперативного і бухгалтерського обліку; – розроблення пропозицій щодо вдосконалення законодавства.
	Органи місцевого самоврядування та органи державної влади	– соціальні та благодійні програми; – громадські приймальні; – робота в спільних комітетах, комісіях, експертних групах із питань розвитку промисловості; – публічна звітність; – угоди про співпрацю.
	Міжнародні організації та фонди (ЮНІДО, ПРООН, ЦЕРН, МАГАТЕ, системи ОЕСР та ін.)	– міжнародні конференції, виставки, форуми, спільні програми; – робота в спільних комітетах, комісіях, експертних групах із питань розвитку промисловості.
	ЗМІ	– прес-конференції та прес-тури; – публічна звітність; – інформація на сайтах, в соціальних мережах.
	Фінансові інституції (фінансово кредитні установи, страхування)	– кредитування; – страхування ризиків цивільної відповідальності та інші види страхування.

Джерело: розроблено авторами на основі [9; 10]

4) Домінантна група (зацікавлені сторони, які мають «владу» та «легітимність», але не мають «терміновості», наприклад офіційний менеджмент підприємства).

5) Небезпечна група (зацікавлені сторони, які мають «владу» і «терміновість», але насправді не мають права на прийняття рішення, наприклад активісти, що протестують проти дій підприємства).

6) Залежна група (зацікавлені сторони, які не мають «терміновості» і «влади», наприклад люди, які страждають внаслідок забруднення навколишнього середовища промисловим підприємством).

7) Остаточна група (зацікавлені сторони, які мають ознаки «влади», «легітимності» і «терміновості», наприклад ключові члени команди).

Прикладними інструментами для аналізу стейкхолдерів підприємства реального сектору є модель ASC (Accountability Scorecard, 2000 р. [7]), яка відображає взаємну відповідальність, яка є між підприємством та його зацікавленими сторонами в системі «зацікавлені сторони – внески/стимули – показники», та модель BSC (Balanced Scorecard, 1992 р. [8]) – «ключові напрями – цілі – показники».

Карта стейкхолдерів повинна будуватися виходячи з особливостей діяльності конкретного промислового підприємства. На основі аналізу літератури [9; 10] нами були згруповані стейкхолдери промислового підприємства за

ознакою рівня впливу на підприємства та визначені способи взаємодії стейкхолдерів у реальному секторі економіки (табл. 1).

Висновки. Орієнтування бізнесу на посилення корпоративної соціальної відповідальності, поширення принципів Четвертої промислової революції окреслюють перед промисловими підприємствами нове коло актуальних проблем, пов'язаних із організацією взаємодії менеджменту зі стейкхолдерами підприємств реального сектору економіки України для гармонізації соціальних, економічних та екологічних інтересів. Для ідентифікації та оцінки впливу стейкхолдерів на діяльність промислових підприємств реального сектору використовуються моделі/матриці/мапи стейкхолдерів. У статті нами були згруповані стейкхолдери промислових підприємств за ознакою рівня впливу на підприємства та визначені способи взаємодії стейкхолдерів у реальному секторі економіки, які спрямовані на забезпечення максимізації позитивного впливу зацікавлених сторін та зменшення негативних наслідків.

Матеріал підготовлено у межах НДР «Корпоративна соціально-екологічна відповідальність для сталого розвитку: партнерство стейкхолдерів реального, фінансового та державного секторів економіки», № державної реєстрації 0117U003933.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Freeman R.E. Strategic management: a stakeholder approach. Boston, MA: Pitman, 1984. 276 p.
2. Newbould G., Luffman G. Successful business politics. Gower, London, 1989. 456 p.
3. Mendelow A. Stakeholder mapping, Proceedings of the 2nd International Conference on Information Systems. Cambridge, MA, 1991.
4. Savage G.T., Nix T.W. Whitehead and Blair. Strategies for assessing and managing organizational stakeholders. Academy of Management Executive. 1991. Vol. 5, № 2. P. 61–75.
5. Mitchell R.K., Agle B.R., Wood D.J. Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. The Academy of Management Review. 1997. Vol. 22(4). P. 853–886.
6. Friedman A., Miles S. Stakeholders: theory and practice. Oxford: Oxford University Press, 2006. 362 p.
7. Nickols F. The accountability scorecard: a framework for Reconciling & Integrating Stakeholder Needs & Requirements. Robbinsville, NJ: The Distance Consulting Company, 2000. P. 48–67.
8. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard – measures that drive performance. Harvard Business Review. 1992. Jan.-Feb. P. 71–79.
9. От слов к делу. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Вып. 2: Практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами / Т. Крик, М. Форстейтер, Ф. Монаган, М. Силанпа. Лондон, 2005.
10. Подходы к взаимодействию с заинтересованными сторонами. URL: <http://ar2016.niaep.ru/ru/stakeholder-engagement> (дата звернення 25.08.2018).

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

ANALYTICAL PROVISION FOR EVALUATION OF ECONOMIC POTENTIAL OF REGIONAL DEVELOPMENT

Ладонько Л.С.

доктор економічних наук, доцент,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Мітал О.Г.

кандидат економічних наук, доцент,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Основне завдання дослідження – вдосконалення методичних засад оцінки економічної спроможності розвитку регіонів і розроблення практичних рекомендацій щодо стратегічних напрямів економічного забезпечення регіонального розвитку. Запропоновано методологію формування системи індикаторів ефективності розвитку регіональних соціально-економічних систем та здійснено системну оцінку соціально-економічного потенціалу розвитку регіонів України.

Ключові слова: методичні підходи, система індикаторів, економічний потенціал, регіон, розвиток, ресурси, ефективність, принципи оцінки, масштаби розвиненості потенціалу.

Основная задача исследования – усовершенствование методических основ оценки экономической состоятельности развития регионов и разработка практических рекомендаций по стратегическим направлениям экономического обеспечения регионального развития. Предложена методология формирования системы индикаторов эффективности развития региональных социально-экономических систем и осуществлена системная оценка социально-экономического потенциала развития регионов Украины.

Ключевые слова: методические подходы, система индикаторов, экономический потенциал, регион, развитие, ресурсы, эффективность, принципы оценки, масштабы развитости потенциала.

The main objective of the study is to improve the methodological principles for assessing the economic potential of regional development and to develop practical recommendations on strategic directions of economic provision of regional development. The methodology of the system of indicators of the effectiveness of the development of regional socio-economic systems is proposed and a systematic assessment of the socio-economic potential of the development of the regions of Ukraine is carried out.

Key words: methodical approaches, system of indicators, economic potential, region, development, resources, efficiency, principles of evaluation, scale of development potential.

Постановка проблеми. Децентралізація управління, яка зараз широко впроваджується в Україні, зумовлює поглиблення інтересів до регіонального розвитку. Важливим моментом під час впровадження політики децентралізації є розроблення методики, яка б давала оцінку наявного потенціалу для розвитку регіонів у різних сферах. Особливим аспектом є проблема ефективного використання економічного потенціалу, який розглядається як один з основних факторів, що визначає розвиток регіональної соціально-економічної системи. Оскільки регіони формуються як цілісні комплекси, збалансовані за природно-ресурсною, демографічною, виробничою, соціальною та екологічною підсистемами, а їх потенціал – під впливом ендегенних та екзогенних факторів, зазначене орієнтує

регіон на досягнення визначених стратегічних цілей розвитку у відповідності з наявним ресурсним забезпеченням. Тому основним завданням під час оцінювання потенціалу регіонального розвитку є розроблення методичних підходів, визначення основних показників, що їх характеризують, а також з'ясування факторів, що безпосередньо впливають на розвиток різних сфер життєдіяльності регіонів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні складники та аспекти економічного потенціалу регіону досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені, такі як В. Адріанов, О. Алімов, І. Должанський, Н. Краснокутська, В. Нагірна, В. Микитенко, О. Олексюк, Р. Симіонов, В. Пила, С. Тульчинська та інші. Однак залишаються недостатньо вивченими питання недоскона-

лості інструментів розкриття економічного потенціалу регіонів, що приводить до обмеженості його використання, ігнорування потенційних можливостей під час вирішення інституційних завдань.

Мета статті. Метою статті є аналіз, узагальнення та удосконалення методичних підходів до розроблення та застосування методів управління розвитком економічного потенціалу регіону та оцінки його ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поточні тенденції соціально-економічного розвитку регіонів потребують більш сучасних інструментів регулювання регіонального розвитку. На перший план виходять інструменти, здатні забезпечити регіони та громади стимулами для пошуку власних ресурсів, стимулювати їх до активізації внутрішніх резервів розвитку. Успіх започаткованих реформ децентралізації у нашій країні, розширення владних повноважень і фінансових ресурсів регіонів та забезпечення їх економічної безпеки залежить від можливості самих регіонів утримувати стійку економічну динаміку навіть в умовах безпрецедентного тиску негативних макроекономічних явищ [1].

Економічний потенціал регіону можна визначити як сукупну здатність економіки регіону, її галузей, підприємств, господарств здійснювати виробничо-економічну діяльність, випускати високоякісну продукцію, товари, послуги, які задовольняють суспільні потреби, забезпечують розвиток виробництва і споживання [2]. Крім того, це кількісно-якісна характеристика наявності й можливості використання всіх видів ресурсів, які має держава (регіон), для свого економічного та соціального прогресу та розвитку.

Є досить багато підходів до способів класифікації складників економічного потенціалу регіону. Так, **економічний потенціал регіону** може бути представлений у вигляді комплексу взаємопов'язаних потенціалів як складових частин структури економіки регіональної соціально-економічної системи або видів економічних ресурсів, сфер діяльності, напрямів використання.

Найбільш часто для аналізу та оцінки автори виділяють такі детермінанти економічного потенціалу регіону:

Природно-ресурсний складник – є основою матеріального виробництва і характеризує природні багатства економіки регіону, уже залучені в господарський оборот, а також доступні для освоєння за наявних технологій і соціально-економічних відносин;

Виробничо-технологічний складник – це сукупність виробничих (будинків, споруджень, обладнання та устаткування) і технологічних ресурсів, яка характеризує здатність економічного комплексу регіону впроваджувати інноваційні технології, оперативно переорієнтувати виробничі потужності, налагоджувати ефективне виробництво нової (вдосконаленої) продукції. Цей складник відображає виробни-

чий і технологічний стан, наявність резервів чи можливостей їх отримання, рівень технологічного розвитку, сприйнятливість регіональних економічних систем до нововведень та інших стратегічних змін. Відтворення виробничо-технологічного потенціалу є одним із факторів соціально-економічного розвитку регіонів. Проте у зв'язку з розбалансованістю та регіональними диспропорціями у розвитку та розміщенні промислового виробництва України роль останнього у загальному соціально-економічному розвитку відрізняється у різних регіонах;

Кадровий складник – трудові ресурси регіону, що включають чисельність активного працездатного населення за його обсягом і якістю, освітнім і професійно-кваліфікаційним рівнем, підприємницькою спроможністю. Це особливий вид ресурсу, який є носієм знань та інформації; це наявність та здатність кваліфікованих кадрів здійснювати інноваційний процес у промисловості (кількість учнів, слухачів професійно-технічних навчальних закладів; кількість студентів вищих навчальних закладів I–IV рівнів акредитації; чисельність фахівців, які виконують наукові та науково-технічні роботи; фахівці вищої кваліфікації, які зайняті в промисловому комплексі України). Цей складник формується, розвивається і реалізується протягом усього трудового життя, визначає систему менеджменту виробничої діяльності, її гнучкість, адаптивність, сприйнятливість до змін.

Одним із найважливіших показників функціонування як національного, та і регіонального ринків праці є показник економічної активності населення, який об'єктивно відображає соціально-економічний стан суспільства в поточному періоді та використовується для розроблення соціальних програм та коригування всієї соціальної політики держави загалом. Для аналізу кількісного складу трудового потенціалу країни ключове значення має динаміка чисельності економічно активного населення у віці 15–70 років, що є основою його складовою частиною. За останні 10 років кількість цієї категорії населення зменшилася майже на 20%. Причиною тому стали як об'єктивні процеси природного скорочення населення, що спостерігаються в Україні протягом останніх 25 років, так і воєнні дії та втрата частини території, в межах якої на сучасному етапі неможливо вести облік. Що стосується його частки в загальній кількості населення, то вона не досягає навіть 50%, а за 2014–2015 рр. суттєво скоротилася (до 46,3 та 42,2% відповідно). Щодо населення цієї ж вікової групи (15–70 років) частка стабільна – переважно в межах 62–64%. Економічно активне населення у працездатному віці становить 71–73% від населення відповідної вікової групи.

Цілком зрозумілим є те, що на ринку праці найбільш конкурентоспроможними є особи, що мають вищу освіту, тому серед них найвищий рівень економічної активності – 76,9% від

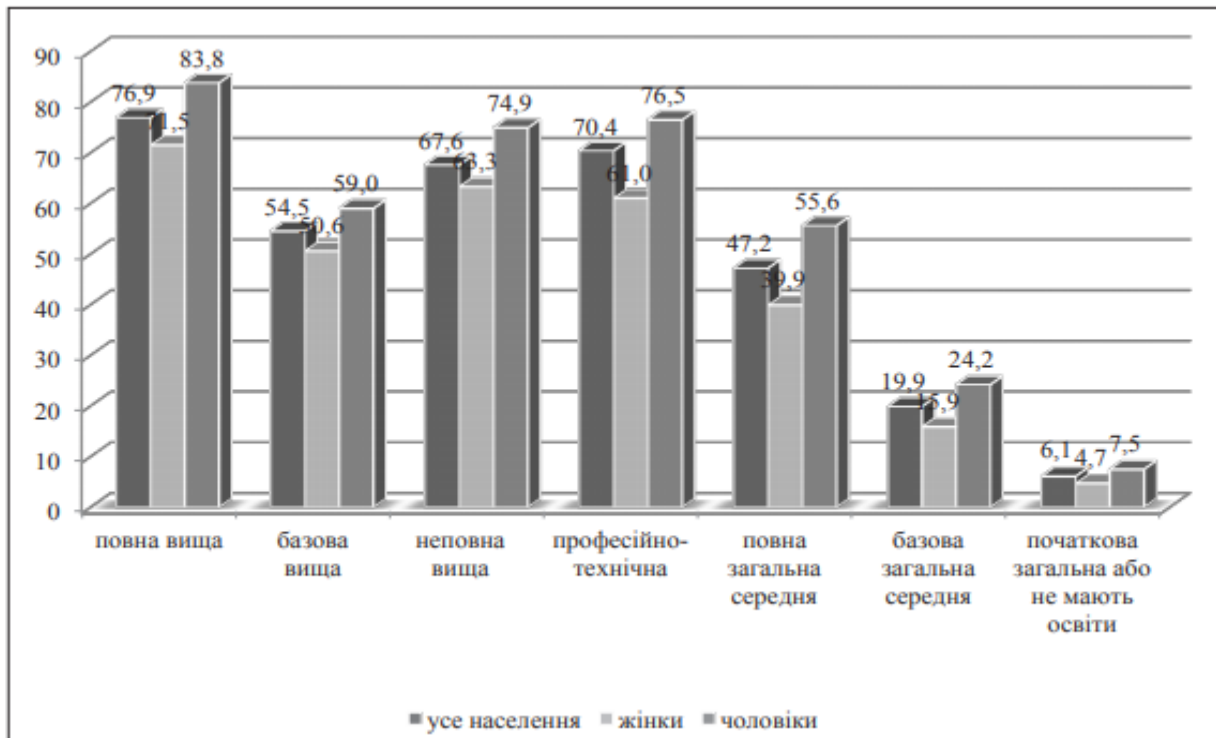


Рис. 1. Рівень економічної активності населення України віком 15–70 років залежно від статі та рівня освіти у 2017 році (у % до населення відповідного рівня освіти)

Джерело: згруповано та систематизовано автором за даними Державного комітету статистики України та регіональних комітетів статистики [2]

загальної кількості економічно активних осіб. На другому місці за рівнем економічної активності знаходяться особи з професійно-технічною освітою, а саме 70,4%. Найнижчий рівень економічної активності зафіксовано серед осіб із базовою загальною середньою (19,9%), а також початковою загальною або серед тих, що не мали освіти (6,1%). За розподілом рівня економічно активного населення серед чоловіків та жінок склалася певна статевая диспропорція. Зокрема, за рівнем економічної активності серед осіб, які мають будь-яку освіту, перевагу мають чоловіки (рис. 1).

Для оцінки цього складника потенціалу проаналізуємо кількість економічно активного населення працездатного віку за регіонами (таблиця 1).

Так, за аналізований період економіка України втратила 1842,0 тис. чол. працездатного населення. Загалом за рівнем забезпечення трудовим потенціалом всі регіони України можна поділити на три групи: 1) регіони із значною часткою працездатного населення, але дуже низькими показниками природного руху, значним механічним відтоком людей (Харківська, Луганська, Дніпропетровська, Донецька, Київська області та місто Київ); 2) регіони із значною часткою працездатних людей, високими показниками «старіння» населення, від'ємними або незначними додатними показниками природного приросту населення, незначним механі-

ним відтоком населення (Одеська, Запорізька, Херсонська, Миколаївська, Львівська, Сумська, Тернопільська, Рівненська, Івано-Франківська, Чернігівська, Житомирська); 3) регіони із найнижчою в Україні часткою працездатного населення, дуже низьким (від'ємним) природним приростом населення, найвищою часткою осіб пенсійного віку, значним відтоком населення (Хмельницька, Вінницька, Черкаська, Полтавська, Кіровоградська, Чернівецька, Закарпатська, Волинська області) [2].

Таким чином, можна зазначити, що характерними ознаками стану використання трудового потенціалу в Україні є: скорочення за останні 10 років чисельності зайнятих на 20,68%, а рівня зайнятості – на 2,07%; зростання кількості безробітних на 9,22%, а рівня безробіття – на 33,82%; невідповідність професійно-кваліфікаційної структури трудового потенціалу потребам ринку праці; суттєвий розрив в оплаті праці між нашою країною та іншими країнами світу, занадто низький її рівень, що не лише демотивує працівників, а і поглиблює кризові явища в економіці, посилює проблеми бідності, причому серед економічно активного населення, міграції, демографічної кризи.

Інвестиційно-фінансовий складник – це обсяг фінансових та інвестиційних ресурсів у регіоні, залучених для здійснення господарської діяльності (кошти місцевих бюджетів, господарюю-

Таблиця 1

Економічно активне населення працездатного віку за регіонами у 2014–2017 роках¹ (тис. осіб)

	2014	2015	2016	2017
Україна	19035,2	17396,0	17303,6	17193,2
Вінницька	700,3	710,4	702,2	694,3
Волинська	435,8	432,9	426,3	413,5
Дніпропетровська	1554,6	1555,0	1508,6	1475,5
Донецька	1914,1 ²	852,1	844,5	831,0
Житомирська	539,9	537,5	543,1	547,2
Закарпатська	554,0	550,5	545,6	539,3
Запорізька	807,4	789,9	789,4	780,5
Івано-Франківська	560,5	578,1	578,9	578,3
Київська	771,3	777,6	776,1	780,1
Кіровоградська	420,8	419,7	416,5	416,4
Луганська	953,3 ²	339,5	338,1	330,7
Львівська	1101,6	1116,5	1116,9	1119,7
Миколаївська	532,1	540,9	535,9	529,0
Одеська	1038,2	1048,7	1043,9	1038,2
Полтавська	660,7	649,1	638,4	640,3
Рівненська	486,5	489,9	481,9	476,8
Сумська	496,8	500,4	497,3	498,0
Тернопільська	443,2	449,1	450,1	441,6
Харківська	1285,6	1285,8	1282,2	1285,1
Херсонська	484,0	487,2	488,0	488,1
Хмельницька	545,9	544,3	545,3	545,8
Черкаська	567,3	566,3	566,9	566,6
Чернівецька	361,0	360,5	366,8	366,6
Чернігівська	457,6	459,7	457,0	458,0
м. Київ	1362,7	1354,4	1363,7	1352,6

Джерело: згруповано та систематизовано автором за даними Державного комітету статистики України та регіональних комітетів статистики [2]

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Дані можуть бути уточнені.

чих суб'єктів, позабюджетних коштів, кредитні ресурси, іноземні інвестиції, запозичення в населення). Він виражається через індекс інвестицій в основний капітал; внутрішні поточні витрати на наукові та науково-технічні роботи, виконані власними силами промислових підприємств; загальний обсяг інвестиційних витрат тощо. Фінансовий складник, на наш погляд, характеризується фінансовою незалежністю, стійкістю і кредитоспроможністю, наявністю ефективної системи управління фінансовими ресурсами, здатної акумулювати та спрямовувати необхідну їх частку на провадження господарської діяльності.

Показником, що характеризує інвестиційно-фінансову складову частину економічного потенціалу, є освоєні обсяги капітальних інвестицій, оскільки саме вони є базовим параметром відтворювального процесу, що визначає можливості оновлення основного капіталу, проведення структурних реформ, стійкого довгострокового економічного та соціального розвитку регіонів (таблиця 2).

Найбільшу інвестиційну активність продемонстрували Дніпропетровська, Київська, Львівська, Одеська області та місто Київ, а найменшу – Чернівецька, Луганська, Закарпатська, Рівненська області.

Згідно з даними офіційної статистики, обсяг капітальних інвестицій в національну економіку у 2017 р. становив 448461,5 млн. грн. При цьому позитивним є те, що майже 50% від загального обсягу було інвестовано у придбання, створення або будівництво нових об'єктів необоротних активів, купівлю машин, обладнання, транспортних засобів – 47,6% усіх інвестицій. Вагома частина капітальних інвестицій у 2017 році була спрямована на капітальний ремонт активів – 38,8 млрд. грн капітальних інвестицій (9,4% від загального обсягу). Провідними сферами економічної діяльності за обсягами залучення капітальних інвестицій у січні-грудні 2017 р. залишаються: промисловість – 33,1%, будівництво – 12,1%, сільське, лісове та рибне господарство – 14,0%, інформація та телекомунікації – 4,1%, оптова та

Таблиця 2

Капітальні інвестиції за регіонами за 2014–2017 роки¹ (млн. грн).

	2014	2015	2016	2017
Україна	219419,9	273116,4	359216,1	448461,5
Вінницька	5674,6	7373,0	8301,9	11744,1
Волинська	3389,7	6166,8	6384,2	7041,9
Дніпропетровська	20356,5	25919,9	33169,0	42908,5
Донецька	13155,3	8304,3	11902,2	17268,9
Житомирська	2904,9	4044,4	5573,5	7722,0
Закарпатська	2638,7	3778,4	4663,0	5623,7
Запорізька	7034,5	7794,3	11039,7	15879,7
Івано-Франківська	6837,5	9609,3	7947,6	9707,8
Київська	19653,5	24359,1	33411,4	34494,5
Кіровоградська	3122,4	4057,1	6355,3	7320,9
Луганська	5222,6	2060,1	4122,2	3329,8
Львівська	9555,0	13386,5	18605,2	24105,9
Миколаївська	3771,4	5989,9	9730,2	11178,0
Одеська	9361,3	9983,5	16728,7	22299,7
Полтавська	8827,8	8337,9	15265,1	15855,6
Рівненська	2804,6	4334,2	4324,1	6126,8
Сумська	2798,1	3663,0	5762,6	6947,1
Тернопільська	2590,0	3827,5	4888,2	7150,6
Харківська	8032,3	11246,7	16545,9	19361,7
Херсонська	2208,1	3107,4	4591,3	7362,2
Хмельницька	4078,3	6809,3	9123,3	10499,9
Черкаська	3262,1	4485,8	6498,7	8144,2
Чернівецька	1686,9	2789,2	2668,8	2992,1
Чернігівська	2621,2	3550,2	5318,5	7351,1
м. Київ	67832,6	88138,6	106295,5	136044,8

Джерело: згруповано та систематизовано автором за даними Державного комітету статистики України та регіональних комітетів статистики [2]

Примітка. ¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та за 2014–2017 роки без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 7,0%, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 8,7%, державне управління й оборона та обов'язкове соціальне страхування – 7,4%.

Отже, відтворювальну структуру капітальних інвестицій в Україні можна вважати досить прогресивною, адже домінуючими формами відтворення залишаються придбання нових об'єктів та модернізація наявних. Доволі незначна їх частка вкладається у капітальний ремонт діючих необоротних активів, що є цілком виправданим в сучасних умовах.

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких у січні-грудні 2017 року освоєно 69,9% капіталовкладень. Отже, обсяг капітальних інвестицій значною мірою залежить від стійкості фінансового стану національних підприємств. Між тим, обсяги прибутків українських підприємств на фоні затяжної економічної стагнації

можуть виявитися недостатніми для забезпечення достатнього рівня модернізації економіки країни у найближчі роки. Частка кредитів банків та інших позик у загальних обсягах капіталовкладень становила всього 5,3%. За рахунок державного та місцевих бюджетів освоєно 3,5% та 9,2% капітальних інвестицій. Частка коштів іноземних інвесторів знизилась у 2017 році до 1,4% проти 3,7% – у 2016 році, що свідчить про несприятливий інвестиційний клімат, основними причинами якого залишаються воєнні дії, структурна деградація економіки, відсутність реформ, тотальна корупція на різних рівнях державного управління, недосконала законодавча база, обтяжлива система оподаткування, нестабільність національної валюти, втрата довіри до банківського сектору, неможливість залучення кредитних ресурсів через їх високу вартість та низький рівень трансформації заощаджень населення і прибутків бізнесу. Частка коштів населення на будівництво житла – 7,8%. Інші джерела фінансування становлять 2,9% [4].

Експортний складник – певний обсяг товарів та послуг, які регіональна економіка спроможна виробити, залучаючи власні й імпортовані фактори виробництва, і реалізувати їх на зовнішніх ринках із максимальною ефективністю. Цей складник визначає сформованість зовнішніх та внутрішніх ринків, чітка експортна спеціалізація; розвиненість транснаціональних елементів: спільні підприємства, вертикально та горизонтально інтегровані структури, промислово-фінансові групи, транскордонні господарські об'єднання.

Як і раніше, у 2016–2017 роках основу товарної структури українського експорту становили недорогоцінні метали та вироби з них, продукти рослинного походження, жири та олії тваринного або рослинного походження, мінеральні продукти, механічні та електричні машини, готові харчові продукти, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості й деревина і вироби з деревини. У загальному обсязі експорту товарів у 2017 році порівняно із 2016 р. збільшилася частка руд, шлаку і золи, насіння і плодів олійних рослин. Натомість відбулося незначне зменшення частки чорних металів, зернових культур, електричних та механічних машин [4].

Основу товарної структури українського імпорту у 2016–2017 роках становила високотехнологічна продукція, а саме: мінеральні продукти, механічні та електричні машини, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби, полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них, недорогоцінні метали та вироби з них, готові харчові продукти, текстильні матеріали та текстильні вироби й продукти рослинного походження.

У загальному обсязі імпорту товарів несуттєво збільшилася частка палив мінеральних,

нафти і продуктів її перегонки, засобів наземного транспорту (крім залізничного). Зменшилася частка механічних машин, пластмаси, полімерних матеріалів, фармацевтичної продукції. У регіональному розрізі найбільший експортний потенціал мають Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Полтавська, Одеська області та місто Київ, підприємства яких найактивніше здійснювали зовнішню торгівлю товарами в січні-листопаді 2017 року (таблиця 3).

Інноваційний складник – сукупність наукових знань, інновацій, кадрових ресурсів, що знаходяться на різних стадіях науково-вдтворювального циклу та спрямовані на інноваційну діяльність. Згідно із Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «інноваційний потенціал – це сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничо-соціальних та освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки» [5].

Об'єктивно оцінюючи цю складову частину економічного потенціалу, можна навести такі дані: упродовж 2014–2017 років питома вага інноваційно активних підприємств максимально становила 17,3%. Із загальної кількості обстежених підприємств лише 5,0% займалися технологічними інноваціями (продуктовими або процесними), 6,6% – нетехнологічними (організаційні та/або маркетингові), 6,8% – технологічними та нетехнологічними інноваціями. Як і у минулих роках, найвищий рівень інноваційної активності у 2017 році спостерігався серед підприємств у сфері інформації та телекомунікації (22,1%) і переробної промисловості (22,0%).

На основі аналізу статистичних даних можна зауважити (таблиця 4), що кількість інноваційно

Таблиця 3

Обсяги зовнішньої торгівлі товарами в січні-листопаді 2017 року

	Експорт			Імпорт		
	млн. дол. США	у % до січня-листопада 2016 р.	у % до загального обсягу	млн. дол. США	у % до січня-листопада 2016 р.	у % до загального обсягу
Усього	39486,1	120,6	100,0	44697,6	127,5	100,0
у тому числі						
Дніпропетровська	6376,3	120,4	16,1	4165,5	135,5	9,3
Донецька	4020,0	128,1	10,2	1794,4	183,5	4,0
Закарпатська	1324,9	118,6	3,4	1232,4	118,3	2,8
Запорізька	2835,9	136,5	7,2	1179,2	131,2	2,6
Київська	1605,4	105,3	4,1	3109,3	116,1	7,0
Львівська	1451,4	126,1	3,7	1984,5	129,7	4,4
Миколаївська	1701,8	117,8	4,3	700,0	112,4	1,6
Одеська	1660,4	122,5	4,2	1293,4	118,4	2,9
Полтавська	1691,0	132,1	4,3	1040,6	139,3	2,3
Харківська	1082,5	117,0	2,7	1472,3	109,4	3,3
м. Київ	8927,6	115,6	22,6	17696,2	122,9	39,6

Джерело: згруповано та систематизовано автором за даними Державного комітету статистики України та регіональних комітетів статистики [2; 4]

Таблиця 4

Ретроспективні данні щодо інноваційного розвитку регіональної економіки України у 2014–2017 рр.

Регіони України, області	Об'єкти ретроспективної оцінки інноваційної діяльності										Частка реалізованої іннов. продукції у заг. обсязі реаліз. пром. продукції, %			
	Кількість інноваційно активних підприємств, одиниць		Частка інноваційно активних підприємств у загальній кількості пром. підприємств, %		Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млн. грн.						Частка реалізованої іннов. продукції у заг. обсязі реаліз. пром. продукції, %			
					2014	2015	2017	2014	2015	2017				
Україна	1609	824	579	16,1	17,3	16,2	25669,0	23050,1	17714,2	2,5	1,4	1,0		
Крим	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		
Вінницька	46	25	24	14,2	14,7	15,4	664,1	192,4	454,7	2,3	0,6	0,5		
Волинська	30	12	17	10,8	11,5	16,0	316,6	383,6	66,8	2,5	2,2	2,0		
Дніпропетровська	109	63	51	13,4	13,1	11,0	1563,1	1145,5	297,8	0,7	0,4	0,3		
Донецька	45	28	22	14,6	11,7	11,5	1018,0	4591,8	3301,9	1,7	2,6	2,1		
Житомирська	48	28	23	12,5	15,4	13,9	255,2	372,3	155,9	1,4	1,8	1,6		
Закарпатська	16	14	12	6,0	10,1	9,0	837,6	583,2	358,1	8,4	4,6	4,2		
Запорізька	108	49	42	22,9	20,9	19,1	1530,0	3162,3	4041,2	1,7	2,7	2,2		
Івано-Франківська	99	27	28	22,8	21,6	21,7	883,2	242,0	105,4	3,8	1,3	1,8		
Київська	66	44	37	11,6	13,3	11,0	897,4	618,8	770,6	2,2	0,8	0,9		
Кіровоградська	49	25	24	17,3	24,7	22,6	504,4	354,7	405,6	2,9	2,3	2,3		
Луганська	16	9	7	12,2	11,2	10,0	38,0	373,2	13,1	0,2	1,8	1,2		
Львівська	129	64	28	16,4	19,3	15,2	731,9	1193,9	763,1	2,1	1,9	1,9		
Миколаївська	67	29	25	19,9	31,1	26,9	363,8	71,2	417,3	1,5	0,3	0,9		
Одеська	67	36	36	16,8	19,3	15,7	698,7	544,4	157,6	2,4	1,2	1,1		
Полтавська	33	30	27	8,0	16,3	10,4	6519,5	1938,5	243,2	8,9	1,9	2,0		
Рівненська	45	13	8	14,9	10,6	5,9	134,6	67,3	9,3	0,8	0,4	0,4		
Сумська	46	23	24	17,6	19,8	20,5	2610,7	1751,9	601,9	10,4	7,1	0,5		
Тернопільська	36	16	25	14,9	17,4	27,5	133,4	249,3	126,9	1,7	2,8	2,9		
Харківська	191	117	111	22,4	28,6	28,1	2609,8	2742,4	2515,9	3,8	3,4	3,6		
Херсонська	54	19	15	24,2	20,6	15,5	657,8	175,4	287,6	5,4	1,4	1,8		
Хмельницька	38	18	8	11,0	12,3	5,7	162,8	127,1	27,8	0,9	0,7	0,8		
Черкаська	37	25	32	10,6	17,2	24,4	556,3	289,7	583,1	1,6	0,7	1,0		
Чернівецька	34	9	8	15,6	16,9	14,5	81,7	100,0	46,3	2,0	2,4	2,1		
Чернігівська	32	15	10	13,1	13,2	9,6	151,7	95,9	345,4	1,0	0,5	0,8		
м. Київ	168	86	95	21,7	17,3	20,7	1748,6	1683,3	1617,7	2,0	0,4	0,5		
м. Севастополь	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–		

Джерело: згруповано та систематизовано автором за даними Державного комітету статистики України та регіональних комітетів статистики [2]

активних підприємств скоротилася майже в 3 рази. Вище середнього по Україні рівень інноваційної активності у 2014–2017 рр. був у Харківській, Миколаївській, Кіровоградській, Івано-Франківській, областях (28,1–21,7%). Найбільший приріст інноваційно активних підприємств за 2016–2017 роки показали Тернопільська та Черкаська області, а от найбільше скорочення чисельності інноваційно активних підприємств відбулось у Рівненській, Хмельницькій, Чернігівській областях. Частка інноваційно активних підприємств у областях, що мали статус промислових лідерів (Луганська, Донецька, Дніпропетровська області України), у 2014–2017 рр. становила лише 10,0–11,0% і не досягла середнього рівня за регіонами.

Одним із найбільш важливих результуючих показників інноваційного розвитку регіону є обсяг інноваційних товарів (робіт, послуг) у відсотках від загального обсягу відвантажених товарів (робіт, послуг). Найбільшу кількість інноваційних видів продукції за останні роки було виготовлено на підприємствах Закарпатської, Харківської, Тернопільської, Кіровоградської та Запорізької областей. А от у таких промислових регіонах, як Дніпропетровська, Сумська області та м. Київ, виробництво та реалізація інноваційної продукції впала до рекордно низького рівня. Як впливає з даних, поданих в таблиці 3, регіони досить істотно різняться між собою за величиною цього показника – від 0,3% у Дніпропетровській області до максимальних 4,2% у Закарпатській області.

За видами економічної діяльності інноваційне оновлення продукції відбулося на підприємствах з виробництва машин і устаткування, а на тих, що не відносяться до інших угруповань, – харчових продуктів, металургійного виробництва.

Загалом негативна динаміка інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств та низький показник реалізації інноваційних товарів та послуг свідчать про недостатній інноваційний потенціал більшості регіонів. Така ситуація приводить до необхідності вимушеного збільшення імпорту нових технологій, готової продукції та до скорочення експортних операцій щодо вітчизняної інноваційної продукції.

Аналізуючи сучасний стан використання складових частин економічного потенціалу, виявлено такі проблеми: недостатній ступінь впровадження енерго- і ресурсозберігаючих технологій, використання альтернативних видів енергії, палива та вторинної сировини може збільшити ресурсні обмеження розвитку економіки держави та привести до виснаження мінерально-сировинних ресурсів; падіння наукоємності ключових сфер економіки регіонів; спостерігається недостатня ефективність діяльності регіонального промислового виробництва та механізмів управління його технологічним розвитком; зношеність основних виробничих засобів промисловості регіонів; скорочення трудового потенціалу, дефіцит освічених робітничих кадрів та недостатні рівні підготовки наукових кадрів вищої кваліфіка-

ції; недостатній інноваційний потенціал більшості регіонів і як наслідок – зменшення кількості інноваційно активних підприємств та катастрофічно мала частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої.

Недосконалість інструментів розкриття економічного потенціалу регіонів приводить до обмеженості його використання, ігнорування потенційних можливостей під час вирішення інституційних завдань. Інституційним інструментом розкриття внутрішнього потенціалу регіону є регіональні стратегії. У чинних стратегіях регіонального розвитку відсутні системний і всебічний аналіз внутрішнього потенціалу регіону та визначення способів його використання. У регіональних стратегіях присутній аналіз окремих галузей та сфер діяльності, які становлять господарську основу для регіону, проте він не має стратегічної спрямованості як загалом, так і в контексті підвищення інвестиційної привабливості регіонів зокрема. З тексту стратегії інвестору важко дійти висновків про можливість здійснення капіталовкладень. Відповідно, проведений у такий спосіб аналіз стану розвитку окремих видів економічної діяльності не сприяє розкриттю внутрішнього потенціалу регіону.

Так, у стратегіях регіонального розвитку Львівської та Чернігівської областей найбільша увага приділена підвищенню рівня інвестиційної привабливості та інноваційної спроможності регіону [6; 7]. Для Луганської та Донецької областей пріоритетним є підвищення рівня конкурентоспроможності реального сектору економіки та території регіону [8]. У «Стратегії розвитку Волинської області до 2020 року» серед основних стратегічних напрямів розвитку регіону особливо виокремлено туристично-рекреаційну сферу [9]. Натомість у стратегії розвитку Закарпатської області до 2020 року одним із перших пріоритетних напрямів є розвиток людського та соціального капіталу [10]. Отже, оцінка ефективності виростання економічного потенціалу регіону повинна здійснюватися через призму визначених стратегічних напрямів його залучення і може виступати одним із найважливіших критеріїв рівня розвиненості економіки, реальних можливостей росту добробуту громад і дієвості стратегічного управління розвитком складового механізму ринкових відносин регіону.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження, зазначимо, що окремі регіони мають певні особливості розвитку та спеціалізацію, а отже, мають різний економічний потенціал як за структурою, так і за ступенем сформованості. Розроблення та обґрунтування напрямів реалізації процесів щодо формування економічного потенціалу регіонів України та нарощування його масштабів залежить від врахування глибокої комплексності та етапності цього процесу. Адже визначення пріоритетних напрямів є запорукою системного та збалансованого розвитку регіонів загалом та конститутивно-ключовою основою для розбудови регіональної економічної системи зокрема. Таким чином, беручи

Таблиця 8

Система індикаторів ефективності розвитку регіональних соціально-економічних систем

Індикатор	Результативні показники оцінки економічного потенціалу
Стратегування регіонального розвитку	Наявність стратегії та програм розвитку регіону; створення публічно-приватних партнерств; місцевий діловий клімат та конкурентне становище громади; результативність програмно-цільового управління тощо.
Оперативне управління регіоном	Кількість адміністративно-територіальних одиниць регіону; дієвість виконавчої влади; дієвість інституцій громадянського суспільства та органів самоорганізації населення; методи та механізми управління; налагодження комунікацій з громадою тощо.
Інноваційно-інвестиційний розвиток регіону	Кількість організації, які виконують наукові дослідження й розробки; чисельність науковців; обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт; кількість підприємств, що займалися інноваціями; кількість впроваджених нових технологічних процесів; питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової; джерела, структура та обсяги фінансування інноваційної діяльності тощо.
Соціально-економічний розвиток регіону	Соціальний складник розвитку: чисельність та структура населення; природний та міграційний рух населення; здоров'я, моральність, інтелектуальність населення регіону; доступність, кількість, якість та структура медичних та освітніх навчальних закладів. Економічний складник розвитку: ВРП; кількість підприємств та суб'єктів господарювання; обсяг реалізованої продукції; витрати на персонал та оплату праці; обсяг і структура товарообороту; довжина та якість транспортних сполучень; енергоефективне споживання тощо.
Рекреаційно-туристичний розвиток регіону	Культурна спадщина регіону; якість туристичної інфраструктури; показники розвитку в'їзного і виїзного туризму; природно-кліматичні умови; наявність та спрямованість рекреаційних комплексів регіону; екологічний складник розвитку тощо.
Створення конкурентних переваг через створення позитивного іміджу регіону	Дотримання демократичних засад розвитку; забезпечення прав і свобод людини; забезпечення належного рівня життя населення; рейтингові показники розвитку регіону; стан внутрішньої і зовнішньої інформаційних систем; регіональні засоби масової інформації; соціальні, маркетингові дослідження тощо.

до уваги вирішальні стратегічні напрями та фактори розвитку регіону, можна визначити систему індикаторів ефективності розвитку регіональних соціально-економічних систем (таблиця 8).

Об'єктивна ідентифікація цих напрямів базується на результатах детального вивчення тео-

ретико-методологічних основ формування економічного потенціалу, які є органічними в умовах ресурсних обмежень та практичних проявів закономірностей, тенденцій та чинників впливу на темпи формування економічного потенціалу в регіонах держави та України загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ. К.: НІСД, 2015. 92 с.
2. Електронний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Ахромкін Є.М. Ресурси України: регіональний аспект / Є.М. Ахромкін // Ефективна економіка № 11, 2010. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=500>.
4. Доповідь Про соціально-економічне становище України за 2017 рік / Державна служба статистики України, 2018 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/mp/dopovidx/arh_dop2017.html.
5. Закон України "Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні" від 16.01.2003 р. № 433'IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=433'15>.
6. Стратегія розвитку Львівської області на період до 2027 року. URL: http://loda.gov.ua/upload/users_files/22/upload/Strategy-LV-OBL.pdf.
7. Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період до 2020 року. URL: <http://cg.gov.ua/index.php?id=118434&tp=012>.
8. Стратегія розвитку Донецької області на період до 2020 року. URL: <http://donoda.gov.ua/?lang=ua&sec=03.04&iface=Public&cmd=view&args=id:227096.6>.
9. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2020 року. URL: <http://voladm.gov.ua/proekt-strategi%D1%97-rozvitku-volinsko%D1%97-oblasti-na-period-do-2020-roku/>.
10. Стратегія розвитку Закарпатської області на період до 2020 року. URL: http://dfrr.minregion.gov.ua/foto/projt_reg_info_norm/2015/05/Strategiya.pdf.

ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ НАД ЕКСПЕРТНИМИ ВИСНОВКАМИ У ЧАСТИНІ ПРАВИЛЬНОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ КОМПЛЕКТУЮЧИХ

IMPROVEMENT OF CONTROL OVER EXPERT CONCLUSIONS REGARDING THE CORRECTNESS OF DETERMINING THE CUSTOMS VALUE OF VEHICLES AND THEIR COMPONENTS

Прус Л.Р.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач відділу дослідження митних зобов'язань,
Університет державної фіскальної служби України

У статті досліджено питання посилення контролю над правильністю визначення митної вартості транспортних засобів у частині експертних висновків оцінки. Проаналізовано державне регулювання оціночної діяльності у цій сфері. Виокремлено основні проблеми застосування результатів експертної оцінки під час здійснення митного оформлення та контролю транспортних засобів. Запропоновано шляхи посилення контролю над оцінкою вартості транспортних засобів експертами.

Ключові слова: експертна оцінка транспортних засобів, митна вартість, суб'єкти оціночної діяльності, судові експерти, достовірність заявленої вартості транспортного засобу.

В статье исследованы вопросы усиления контроля над правильностью определения таможенной стоимости транспортных средств в части экспертных выводов оценки. Проанализировано государственное регулирование оценочной деятельности в этой сфере. Выделены основные проблемы применения результатов экспертной оценки при осуществлении таможенного оформления и контроля транспортных средств. Предложены пути усиления контроля оценки стоимости транспортных средств экспертами.

Ключевые слова: экспертная оценка транспортных средств, таможенная стоимость, субъекты оценочной деятельности, судебные эксперты, достоверность заявленной стоимости транспортного средства.

The article examines the issues of strengthening the control over the correctness of the determination of the customs value of vehicles in the part of the expert findings of the assessment. The state regulation of valuation activity in this area is analyzed. The main problems of using the results of expert evaluation during the customs clearance and control of vehicles are identified. The ways of strengthening control over the estimation of the cost of vehicles by experts are offered.

Key words: expert evaluation, vehicles, customs value, subjects of valuation activity, forensic experts, authenticity of declared vehicle cost.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Оцінка і діючі суб'єкти у цьому сегменті надання послуг – одна з найбільш корумпованих сфер в економіці держави. Нинішня система оцінювання уможливілює заниження вартості об'єктів у десятки і навіть сотні разів, формально не порушуючи при цьому положення узаконених методик. Сьогодні саме якість здійснення експертної оцінки у випадках, встановлених законодавством з питань державної митної справи, є найбільш слабкою ланкою, зокрема й у питаннях контролю над правильністю визначення митної вартості транспортних

засобів. Продовжують мати місце спірні питання в частині зазначених у експертних висновках відомостей щодо оцінки та визначення бази оподаткування транспортних засобів, зокрема й вартості ТЗ в аварійному стані, запчастин, відновлювального ремонту тощо. Як результат, зменшення рівня податкового навантаження на один транспортний засіб, бувший у використанні, та й недоотримання державним бюджетом сум обов'язкових митних платежів, відсутність проведення ефективних заходів у напрямі боротьби з митними правопорушеннями та наявність потенційних ризиків несплати митних платежів у повному обсязі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Теоретичним питанням та методологічним засадам щодо визначення та контролю митної вартості товарів присвячено праці І.Г. Бережнюка, А.Д. Войцешука, О.П. Гребельника, В.П. Науменка, П.В. Пашка, С.С. Терещенка, Т.С. Тоцької. Питанням маніпуляції з митною вартістю, проблемам митного контролю та оформлення транспортних засобів, проблемі «євроблях» нині приділяється багато уваги саме засобами масової інформації. Проте ґрунтовно питання контролю над правильністю визначення митної вартості товарів не досліджувалося та потребує уваги як одного з джерел наповнення державного бюджету.

Формулювання цілей дослідження (**постановка завдання**). Метою статті є дослідження проблемних питань використання експертних висновків під час здійснення митного оформлення та контролю транспортних засобів особистого використання в Україні та пошук шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Колісні транспортні засоби є об'єктами оцінки першого рівня складності, відповідно до Положення про конкурсний відбір суб'єктів оціночної діяльності, затвердженого Наказом Фонду державного майна від 31.12.2015 № 2075, та розглядаються як частина майна, яке може оцінюватися згідно із Законом України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» від 12.07.2001 № 2658-III (далі – Закон про оцінку). Отже, їх оцінку може здійснювати будь-який суб'єкт оціночної/експертної діяльності відповідної спеціалізації за дотримання встановлених відповідним законодавством вимог.

У зоні діяльності митниць ДФС автотоварознавчі експертні дослідження можуть здійснювати:

- судові експерти, зокрема науково-дослідних установ судових експертиз Міністерства юстиції України, науково-дослідного експертно-криміналістичного центру МВС України. Висновки експертів державних науково-дослідних установ завжди є повнішими та більш обґрунтованими, ніж висновки приватних судових експертів-автотоварознавців, оцінювачів тощо;

- суб'єкти оціночної діяльності, які працюють на підставі сертифікатів оціночної діяльності та свідоцтв про реєстрацію в Державному реєстрі оцінювачів та суб'єктів оціночної діяльності. Саме внаслідок низького рівня контролю над діяльністю останніх мають місце випадки надання незалежними оцінювачами висновків із заниженою вартістю колісних транспортних засобів.

Згідно зі ст. 24 Закону про оцінку, ФДМУ є органом державної влади, який здійснює державне регулювання оціночної діяльності в Україні. Одним із основних напрямів державного регулю-

вання оціночної діяльності є контроль над виконанням оцінювачами та суб'єктами оціночної діяльності умов здійснення оціночної діяльності.

Розгляд скарг на оціночну діяльність суб'єктів оціночної діяльності – суб'єктів господарювання здійснюється за наявності висновків із рецензування звітів про оцінку майна. До скарги додається звіт про оцінку майна, який був предметом рецензування. Крім того, зазначаємо, що, згідно зі ст. 33 Закону про оцінку, спори, пов'язані з оцінкою майна, майнових прав, вирішуються у судовому порядку.

Відповідно до абзацу другого частини першої ст. 20 Закону про оцінку, у зв'язку з кількаразовими порушеннями вимог Закону про оцінку й інших нормативно-правових актів з оцінювання майна, які виявляють шляхом рецензування й які призводять до визнання неякісної оцінки майна, проведеної суб'єктом оціночної діяльності, ФДМУ може анулювати сертифікати суб'єктів оціночної діяльності і припинити доступ до Єдиної бази даних звітів про оцінку для цілей оподаткування.

Також звертаємо увагу на те, що на законодавчому рівні розмежовано сфери регулювання діяльності оцінювачів та судових експертів. Так, ст. 1 Закону України «Про судову експертизу» від 25.02.1994 № 4038-XII визначено, що судова експертиза – дослідження експертом на основі спеціальних знань матеріальних об'єктів, явищ і процесів, які містять інформацію про обставини справи, що перебуває у провадженні органів дізнання, досудового та судового слідства.

Фонд державного майна України (далі – ФДМУ) веде Державний реєстр оцінювачів та суб'єктів оціночної діяльності, а Міністерство юстиції України – Державний реєстр атестованих судових експертів, зокрема до нього включені експерти НДЕКЦ Міністерства внутрішніх справ України. Доручити проведення автотоварознавчої експертизи (дослідження) можна лише тим оцінювачам та суб'єктам оціночної діяльності чи судовим експертам, які є у відповідних реєстрах.

Процедура рецензування висновків, виконаних експертами, чинним законодавством не передбачена. Враховуючи вищенаведене, розгляд скарг щодо висновків (експертних досліджень, судових експертиз), виконаних судовими експертами, належить виключно до компетенції Мін'юсту.

Контроль над дотриманням судовими експертами вимог нормативно-правових актів із питань судово-експертної діяльності здійснюється Мін'юстом України та його територіальними органами із залученням спеціалістів НДІ судових експертиз шляхом проведення перевірок (планових, що здійснюються не частіше одного разу на три роки, та позапланових, що проводяться на підставі доручення Мін'юсту України) й може бути призначено дисциплінарне провадження.

ФДМУ з 2013 р. веде Єдину базу звітів про оцінку майна, складеного для обчислення доходу платника податку – фізичної особи від продажу (обміну) майна (крім випадків успадкування та/або отримання у дарунок майна, вартість якого оподатковується за нульовою ставкою), у випадках, передбачених Податковим кодексом України. За підсумками моніторингу актів оцінки ФДМУ сформував перший перелік оцінювачів, щодо яких ФДМУ має обґрунтовані сумніви в достовірності і здійснює заходи з перевірки [1]. Тепер, якщо перевіркою ФДМУ буде встановлено, що який-небудь звіт не відповідає вимогам законодавства (вартість майна занижена або завищена), то, крім відповідальності для суб'єкта оцінювання, ФДМУ має законне право передати таку інформацію у податкові органи для подальшої перевірки сплати податку відповідними платниками (таке право одержання інформації передбачено для податкових органів п. 20.1.4 Податкового кодексу України). Подібні дії щодо формування єдиної бази висновків про оцінку задля обчислення митних платежів від фізичних осіб під час увезення вживаних транспортних засобів в Україну дали б змогу значно посилити контроль у цій сфері.

Висновок експертного дослідження є письмовим документом, що складається судовим експертом спеціалізації 1.3 «Оцінка колісних транспортних засобів» на підставі заяви фізичної або юридичної особи поза межами судочинства за результатами дослідження об'єктів, наданих замовником.

За структурою та змістом він є аналогічним висновку експерта, проте у вступній частині висновку зазначаються дані фізичної або юридичної особи, що звернулася до судового експерта із замовленням про проведення експертного дослідження, а також опускається запис про попередження судового експерта про кримінальну відповідальність.

Посилити відповідальність оцінювачів та суб'єктів оціночної діяльності за якість проведеної ними оцінки об'єктів оцінки покликаний проект закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань оцінки майна, майнових прав та професійної оціночної діяльності в Україні» (№ 2303а від 17.06.2013), запропонований ФДМУ, однак його було відкликано.

До 2012 р. Рада з питань оціночної діяльності стежила, щоб через нормативні акти не протягалися різні «схеми» і розглядалися всі конфліктні питання, пов'язані з рецензуванням, видачею та позбавленням сертифікатів суб'єктів оціночної діяльності, з кваліфікаційними програмами навчання, скаргами та методологіями оцінки. У Раді 50% голосів було за представниками саморегульованих організацій, і 50% – за органами державної влади, у тому числі правоохоронцями, податківцями, Мінфіном, Мін'юстом, Кабміном тощо.

Відповідно до пунктів 3 і 4 ст. 53 МКУ, на вимогу митниць декларантами для підтверд-

ження заявлених ними відомостей про вартість транспортних засобів можуть у тому числі подаватися додатково відомості щодо їхніх якісних та цінових характеристик, зокрема й транспортних засобів, підготовлені спеціалізованими експертними організаціями.

При цьому ДФС України не веде перелік спеціалізованих експертних організацій, які мають право надавати висновки про якісні та вартісні характеристики товарів. У разі надання таких експертних висновків під час митного оформлення товарів митниця лише розглядає їх, перевіряючи наявність повноважень експертних організацій відповідно до вимог законодавства.

Через відсутність у МКУ визначення поняття експертних організацій орган доходів і зборів під час митного оформлення товарів самостійно здійснює перевірку наявності у них відповідних повноважень і приймає рішення щодо прийняття до розгляду виданих ними експертних документів. З огляду на це, на практиці митниці відмовляють декларантам у прийнятті наданих ними документів від експертних організацій за суто формальними ознаками. На нашу думку, необхідно законодавчо визначити критерії до експертних організацій, які вповноважені надавати висновки про якісні та вартісні характеристики товарів, а також вимоги до оформлення зазначених висновків та створити реєстр експертних організацій, які будуть оцінювати адекватність умов експортно-імпортних контрактів. Тому доцільним було б підпункт 8 ч. 3 ст. 53 МКУ викласти у такій редакції: «8) експертизи цінових умов експортно-імпортової угоди на поставку товарів, або цінові довідки на товари, підготовлені уповноваженими експертними організаціями, які включені до реєстру центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику, та/або інформація біржових організацій про вартість товару або сировини».

У разі надання повноважень ДФС України вести реєстр експертних організацій, які будуть оцінювати адекватність умов експортно-імпортних контрактів, необхідно буде встановити перелік вимог до суб'єктів оціночної діяльності та оцінювачів, які можуть проводити незалежну оцінку об'єктів оцінки та будуть включені до реєстру. Такий реєстр має бути розміщено на офіційному веб-сайті ДФС України. У розробленому проекті, зокрема, необхідно було б передбачити вимоги щодо кваліфікації, професійного досвіду, ділової репутації та етики оцінювачів, що має підняти стандарти та якість оцінки, чого на разі бракує.

Зазначимо, ДФС України та її територіальні органи не мають можливості надавати професійне судження щодо оцінки вартості транспортних засобів, зокрема й рецензування звітів експертів. Такі повноваження має ФДМУ, який здійснює державне регулювання у сфері оцінки майна, майнових прав та професійної оціночної діяльності. При цьому до повноважень регу-

лятора належить перевірка дотримання вимог законодавства під час вибору способу оцінки вартості транспортних засобів, а не рецензування безпосередньо результатів їх оцінки.

Отже, митниці не наділені правами ставити під сумнів наявні експертні висновки. Таку можливість дає Порядок проведення рецензування висновків судових експертів та висновків експертних досліджень, затверджений Наказом Міністерства юстиції України від 25.05.2015 № 775/5. Цей Порядок визначає процедуру проведення та оформлення результатів рецензування висновків судових експертів та висновків експертних досліджень (далі – висновки експертів), складених судовими експертами науково-дослідних установ судових експертиз Міністерства юстиції України (далі – НДУСЕ) і судовими експертами, які не є працівниками державних спеціалізованих установ.

Законодавством визначено умови обов'язкового проведення рецензування, а саме відповідно до ст. 13 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність» від 12.07.2001 № 2658-III, якщо зазначена оцінка приймається органом державної влади (зокрема, ДФС України). Однак рецензування звіту про оцінку здійснюється на платній основі й такі видатки не передбачені ні в кошторисі ДФС, ні митниць.

Підставами для проведення рецензування можуть бути неповнота і нечіткість опису об'єктів, що надійшли для дослідження; невідповідність питань, поставлених перед експертом у документі про призначення експертизи; неправильний та необґрунтований вибір схем дослідження, методів і методик дослідження; непослідовність застосування методів, невідповідність сучасному стану методичного забезпечення певного виду судової експертизи; нелогічна послідовність викладення, відсутність взаємозв'язку між окремими етапами дослідження; недотримання термінологічної точності в описуванні ходу та результатів дослідження; застосування недіючих або таких, що втратили чинність, нормативних актів; неповнота дослідження (недостатність установлених ознак для формулювання висновку); відсутність та необґрунтованість експертної оцінки результатів дослідження; непереконливість наявних ілюстрацій; відсутність аргументованості та обґрунтованості висновків; невідповідність результатам дослідження та поставленим питанням та ін.

Тобто рецензія має містити розгорнуту характеристику та аналіз висновку з погляду його відповідності вимогам законодавства про судову експертизу та застосування методів і методик проведення судових експертиз (п. 2.5 Порядку проведення рецензування). Рецензія не може замінити висновок судового експерта, висновок експертного дослідження або висновок про оцінку майна. Але вона має поставити під сумнів наявну експертизу, а сторона (ДФС України), яка замовила рецензію, може таке використати на захист своїх прав та інтересів.

Для здійснення рецензування необхідно подати письмовий запит до Міністерства юстиції України або керівника відповідної НДУСЕ. Рецензування висновків експертів проводиться співробітниками НДУСЕ, які мають кваліфікацію судового експерта з тієї експертної спеціальності, за якою складено поданий на рецензування висновок, та не менше ніж трирічний стаж експертної роботи.

Таким чином, у митниць ДФС є дієвий інструмент проведення експертизи експертного дослідження, а отримання її результату та проведення рецензії є досить важливим інструментом для доведення правоти дій посадових осіб.

Нині митниці ДФС копії сумнівних експертних висновків скеровують до Департаменту адміністрування митних платежів та митно-тарифного регулювання ДФС з ініціюванням подальшого їх направлення до Міністерства юстиції України для проведення процедури рецензування та вжиття відповідних заходів.

Для посилення контролю над якістю експертного висновку запропоновано такі дії посадовим особам митниць ДФС:

- забезпечити контроль над об'єктивністю проведення митного огляду транспортних засобів, бувших у використанні, що мають ознаки пошкодження, з візуалізацією результатів виконання митних процедур шляхом проведення фотозйомки.

При цьому фото обов'язково повинні відображати, крім відомостей, які зазначені у додатковому аркуші до Акту про проведення огляду транспортних засобів, затвердженого Наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 636, усі пошкодження, що мали підстави для прийняття рішення про визначення вартості транспортного засобу згідно з вимогами ст. 368 МКУ.

Також необхідно перевіряти відповідність відомостей, зазначених в Акті про проведення огляду транспортних засобів, який був складений посадовою особою органу доходів і зборів під час перетину вказаним транспортним засобом митного кордону, фактичному стану транспортного засобу під час оформлення митної декларації у митний режим імпорту.

Так, вартість оцінюваного авто збільшують такі найбільше поширені додаткові опції: шкіряний салон, паркувальний радар або «парктронік», камера заднього виду, GPS (система навігації), активне світло, датчики світла, датчики дощу, акустична система, гібридна система, повний привід, спортивний режим. Інколи ці опції встановлюють вибірково, а от у комплектаціях «люкс» усі додаткові опції включені та присутні в автомобілі.

Перевіряти відповідність марки і моделі транспортного засобу, заявленого у митній декларації декларантом порівняно з відомостями, зазначеними в експертному висновку;

- враховувати особливості методики товарознавчої експертизи та оцінки колісних тран-

спортних засобів, у разі виникнення спірних питань, що впливають із наданих до митного оформлення документів, у т. ч. з наданих експертних висновків, зокрема які містять інформацію про вартість транспортних засобів, що перевищує застосування загального значення відсотка зменшення вартості транспортного засобу залежно від терміну їх експлуатації та року випуску (до 1 року – понад 10%, від 1 але не більше як 3 роки – понад 20%, від 3 але не більше як 5 років – понад 30%, більш ніж 5 років – понад 40%), забезпечити здійснення додаткових заходів та форм митного контролю.

Вимогами вищевказаної методики встановлено обов'язок експертів використовувати акт огляду, складений у пункті пропуску через митний кордон України, наявність якого є однією з підстав для прийняття рішення у застосовуванні понижуючого коефіцієнту визначення вартості транспортного засобу.

Відхилення від методики, відсутність в експертному висновку посилання на вказаний акт є додатковою ознакою сумнівності щодо достовірності заявленої вартості транспортного засобу, об'єктивності експертних розрахунків вартості транспортного засобу та може розглядатися посадовою особою органів доходів і зборів як додаткова підстава для залучення відповідних спеціалістів Департаменту податкових та митних експертиз ДФС (який має статус експертної установи з товарознавчої експертизи транспортних засобів) під час здійснення митного контролю в рамках процедур оформлення митної декларації;

– забезпечити дотримання вимог чинного законодавства в частині призначення повторних (додаткових) досліджень, у т. ч. в інших експертних установах; інформувати про призначення додаткового чи повторного дослідження в іншій експертній установі із зазначенням причин такого призначення; надавати інформацію щодо митних оформлень за висновками інших експертних установ Департаменту податкових та митних експертиз ДФС; проводити товарознавчу експертизу колісних транспортних засобів експертами Департаменту податкових та митних експертиз ДФС.

Статтями 357, 515 МКУ передбачено, що дослідження (аналізи, експертизи) проводяться експертами спеціалізованого органу з питань експертизи та досліджень центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику. При цьому призначення дослідження в інших установах допускається лише в разі неможливості проведення дослідження спеціалізованим органом із питань експертизи та досліджень центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну податкову і митну політику, чи його відокремленим підрозділом або за заявою декларанта чи уповноваженої ним особи для підтвердження чи спростування результатів проведеного дослід-

ження (п. 3 ст. 357 МКУ). Експерти-товарознавці Департаменту податкових та митних експертиз ДФС мають необхідні уповноваження на проведення товарознавчої експертизи й колісних транспортних засобів. Отже, митниці ДФС зобов'язані інформувати про потребу у проведенні певних видів експертиз;

– забезпечити розроблення та застосування регіонального профілю системи управління ризиків, спрямованого на виконання додаткових заходів контролю над визначенням декларантом достовірних відомостей вартості транспортних засобів, що заявляються у митній декларації;

– здійснювати аналіз відомостей у документах, поданих до митного оформлення, для встановлення підстав для направлення запитів щодо автентичності документів.

Основною формою контролю митної вартості є аналіз поданих документів у конкретному випадку оформлення транспортного засобу, що здійснюється, зокрема, шляхом співставлення даних з інформацією на відповідних сайтах країн-експортерів, повним опрацюванням заявлених декларантом відомостей про витрати, пов'язані із транспортуванням, та інші відомості, які вказують на фактичні витрати, пов'язані з поставкою транспортного засобу на митну територію України.

На етапі з'ясування та перевірки відомостей про вартість транспортних засобів необхідно орієнтувати декларантів на їх право скористатися послугами державних експертних закладів, зокрема KNISE;

– впровадити в практику діяльності митниць ДФС здійснення періодичних перевірок митних декларацій (за попередній місяць), митне оформлення яких завершено, за результатами яких приймати управлінські рішення з інформуванням профільних департаментів ДФС.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, підвищити якість експертних висновків, які використовуються для перевірки числового значення митної вартості транспортних засобів, на нашу думку, дадуть змогу:

зовнішні заходи посилення контролю, особливо з боку Фонду державного майна України, шляхом ведення баз звітів про оцінку, що використовуються під час митного оформлення та контролю товарів, транспортних засобів;

заходи для врегулювання питань оцінки товарів і транспортних засобів у межах компетенції ДФС України, зокрема вдосконалюючи контроль над змістовим наповненням звітів про оцінку, їх повнотою та достовірністю, а також залучаючи Департамент податкових та митних експертиз ДФС, експертні установи до такого контролю, надаючи повноцінний доступ до баз цінової інформації щодо вартості транспортних засобів та його ремонту, активізувавши направлення запитів до державних органів іноземних держав, посилюючи контроль над здійсненням митних оформлень посадовими особами ДФС України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інститут митної вартості імпортованих товарів в Україні: актуальні питання та вектори розвитку: кол. моногр. / за заг. ред. І.Г. Бережнюка; упорядники: Л.Р. Прус, Т.В. Руда. Хмельницький: ФОП Стрихар А.М., 2017. 430 с.
2. Фонд держмайна опублікував перший перелік сумнівних оцінювачів. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2195110-fond-derzmajna-opublikuvav-persij-perelik-sumnivnih-ocinuvaciv.html> (дата звернення: 22.08.2018).
3. Про судову експертизу: Закон України від 25.02.1994 № 4038-XII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4038-12> (дата звернення: 20.08.2018).
4. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12.07.2001 № 2658-III / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2658-14> (дата звернення: 20.08.2018).
5. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 20.08.2018).
6. Порядок проведення рецензування висновків судових експертів та висновків експертних досліджень: Наказ Міністерства юстиції України від 25.05.2015 № 775/5 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0605-15> (дата звернення: 20.08.2018).
7. Акт про проведення огляду (переогляду) товарів, транспортних засобів, ручної поклажі та багажу: Наказ Мінфіну України від 30.05.2012 № 636 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1004-12/para6#n6> (дата звернення: 20.08.2018).

ЗМІСТ І ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

CONTENTS AND PRINCIPLES OF FORMING THE MECHANISM OF STRATEGIC MANAGEMENT WITH STABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF THE ENERGETIC INDUSTRY

Рязанова Н.О.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри фінансів, обліку та банківської справи,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

У роботі розглянуто зміст різних видових визначень поняття «механізм» у сучасній економічній науці. Визначено основні принципи формування механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики. Проаналізовано взаємозв'язок визначених принципів із формуванням механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики.

Ключові слова: відновлювана енергетика, відновлювані джерела енергії, механізм, економічний механізм, господарський механізм, принцип, стійкий розвиток, інноваційний процес.

В работе рассмотрено содержание разных видовых определений понятия «механизм» в современной экономической науке. Определены основные принципы формирования механизма стратегического управления устойчивым развитием возобновляемой энергетики. Проанализирована взаимосвязь определенных принципов с формированием механизма стратегического управления устойчивым развитием возобновляемой энергетики.

Ключевые слова: возобновляемая энергетика, возобновляемые источники энергии, механизм, экономический механизм, хозяйственный механизм, принцип, устойчивое развитие, инновационный процесс.

In the work the content of different species definitions of the concept "mechanism" in modern economic science is considered. The main principles of formation of the mechanism of strategic management of sustainable development of renewable energy are determined. The interrelation of certain principles with formation of the mechanism of strategic management of sustainable development of renewable energy is analyzed.

Key words: renewable energy, renewable energy sources, mechanism, economic mechanism, economic mechanism, principle, sustainable development, innovation process.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. З початку ХХІ ст. у світі спостігається процес формування нової технологічної платформи розвитку глобальної енергетики, що зумовлено необхідністю відповідати на цілу низку економічних, демографічних, кліматичних і технологічних викликів. Однією з найважливіших рис цього процесу є зміна структури балансів виробництва і споживання енергії за рахунок збільшення частки безвуглецевих технологій, зокрема технологій на основі відновлюваних джерел енергії (ВДЕ). Зараз відновлювана енергетика – це сектор світової енергетики, який дуже швидко розвивається: у 2014 р. на частку ВДЕ доводилося 59% приросту світових генеруючих потужностей, а частка світової електрогенерації ВДЕ перевищила 22,8%. Проте поки розвиток ВДЕ, як правило, є можливим тільки за чіткого

визначення змісту та принципів формування відповідного механізму стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Теоретичним і практичним питанням економіки відновлюваних джерел енергії присвячено роботи О. Амоші, В. Баранніка, Г. Вороносського, В. Геєця, М. Земляного, А. Кабанова, І. Недіна, І. Плачкова, Р. Подолець, У. Письменної, С. Сніжко та ін.

Тема відновлюваних джерел енергії активно вивчається зарубіжними вченими. Питанням економічних, соціальних і екологічних ефектів розвитку ВДЕ присвячено роботи Р. Феррукі, Д. Гилена, Г. Киффер, М. Тейлора, Д. Нагала, А. Халида, Д. Кука, Г. Шеллекенса, Х. Райниша, М. Ісламу, С. Мекхилефа, М. Виллембахера, Р. Хааса, Т. Лева, М. Халлера та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Наукові розробки з питань побудови механізму стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі та як основного його аспекту – безперервного інноваційного розвитку відновлюваної енергетики не дають змоги сформувати повного й однозначного уявлення про цілісність і системність означеного механізму. Слід зазначити, що недостатньо опрацьованим залишаються питання формування принципів механізму стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Для розроблення наукових основ побудови цього механізму доцільно вивчити його зміст, розглянути досвід формування та визначити принципи. Засадничим у контексті побудови механізму стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі є дослідження змісту поняття «механізм», особливо в контексті загальнонаукової категорії «економічний механізм». Результатом такого дослідження має стати розроблення наукових основ побудови механізму стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі, що слугуватиме підґрунтям формування напрямів забезпечення стійкого розвитку відновлюваної енергетики.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Історія терміну «економічний механізм» дуже молода. Так, наприклад, А. Кульман у роботі «Економічні механізми», що вийшла у світ в 1993 р., підкреслював, що ще в 60-ті роки XIX ст. відомі економічні словники не включали до свого складу такий термін [1, с. 12]. Але сьогодні цьому терміну приділяється первинна увага: механізм розвитку національної економіки, механізми підвищення ефективності і конкурентоспроможності промисловості, механізми державного регулювання інноваційної сфери, механізми управління еколого-економічними системами і т. д. – це лише незначний перелік тем аналітичних досліджень, доповідей, наукових публікацій. Вищеперелічене характеризує багатоаспектність цього терміна і його високу значущість для економічної науки в цілому. Пояснити цю популярність можна вкрай високою необхідністю ефективно управляти спрямованим розвитком економіки держави в умовах морально і фізично застарілих основних фондів, активного розвитку науки і техніки, неминучого виснаження природних ресурсів, високої міри інтеграції в співпраці країн, глобалізації багатьох процесів, що створює високу міру невизначеності в силу національних, територіальних, політичних та ідеологічних відмінностей. Пошук найбільш ефективних схем управління і взаємодій, які враховували б базові економічні закономірності, стає основним завданням у дослідженні поняття «механізм».

Різні визначення терміна «механізм» в основі своїй мають загальне: механізм – це безліч взаємозв'язаних елементів, які приводять у рух об'єкт. Виділяються два підходи: механізм може розглядатися як сукупність елементів, що впливають на розвиток об'єкта, і як взаємозв'язок і взаємодія елементів, що забезпечують розвиток об'єкта.

Розглянемо перший підхід до визначення поняття «економічний механізм». Механізм як інструмент дії характеризує процес управління яким-небудь об'єктом. Структура такого механізму включає такі елементи: об'єкт – це керований елемент, який змінюється під дією центру управління у бажаному для останнього напрямі; центр – це елемент, що управляє, здійснює дію; суб'єкти механізму – це носії предметно-практичної діяльності (індивід або група індивідів), що беруть участь у роботі «механізму»; алгоритм «роботи» механізму, що є сукупністю функцій дій, що управляють, методів і способів досягнення цілей управління; параметричний опис планованих результатів, що характеризують стадію розвитку об'єкту; умови, що сприяють або перешкоджають «роботі» механізму, або чинники, здатні змінити алгоритм «роботи» механізму; допущення, що приймаються до аналізу, або обмеження застосування механізму, за яких можливе досягнення цільової ефективності.

Другий підхід до визначення поняття «економічний механізм» полягає у визначенні механізму як інструменту взаємодії суб'єктів. Такий механізм визначає принципи і послідовність виконання певних дій між різними суб'єктами. У структурі цього типу механізмів об'єкт механізму взаємодії обмежується об'ємом або сферою інтересів суб'єктів. Роль центру, в даному разі незалежного арбітра, обмежується функцією організації і/або контролю виконання правил, розроблених суб'єктами на основі обліку інтересів усіх сторін.

Окрім описаних вище двох підходів до визначення поняття економічного механізму, є ще один підхід – визначення економічного механізму як певної послідовності взаємозв'язаних економічних явищ, яка носить об'єктивний характер [1, с. 13] і може пояснювати деякий природний еволюційний процес розвитку. У структурі такого механізму роль центру виконує деякий первинний імпульс, який «запустив» роботу механізму в минулому. Центр у цьому разі є причиною виникнення послідовності явищ, які можуть проявляти себе як макроструктурні закономірності. Параметричний опис результатів, що характеризують стадію розвитку об'єкту, повинен доповнюватися характером дії механізму на суб'єкти або характеристикою процесів, що виникають між суб'єктами.

В економічній науці відносно різних видових значень поняття «механізм» є різні точки зору. Нижче в табл. 1 приведено деякі формулювання цих трактувань.

Таблиця 1

Зміст різних видів визначень поняття «механізм» в сучасній економічній науці

№	Автор	Видове призначення	Суть поняття	Характерні риси	Можливості реалізації
1.	Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева [2]	Загальне поняття, господарський, економічний	Під механізмом розуміється система, пристрій, що визначають порядок якого-небудь виду діяльності. Під господарським механізмом – сукупність процесів, організаційних структур, форм і методів управління, а також правових норм, за допомогою яких здійснюється економічні закони і процеси відтворення. Економічний механізм – складна система цілових, функціональних, правових, інформаційних підсистем і підсистем забезпечення, а також економічних важелів, які використовуються як інструментарій впливу на економічні процеси	Сукупність процесів, структур, форм, методів управління	Реалізація економічних законів і процесів відтворення
2.	А.Ю. Чаленко [3]	Економічний	Відмітні особливості економічного механізму: - механізм не може існувати без процесу, оскільки є його складовою частиною і налаштований на виконання тільки процесних функцій; - механізм не має власного управління та є таким, що «знерухомлює» і знаходиться в стані очікування управління процесом; - з'єднання механізму з управлінням являє внутрішній зміст процесу	Система інструментів, важелів впливу	Вплив на економічні процеси
3.	А.І. Бородін [4]	Загальне поняття	Під час тлумачення поняття «механізм» доцільно виходити з фізичного змісту терміну: як системи, що складається з ланок і з'єднань, призначених для перетворення руху одних тіл у рух других, тобто сукупності певної структури і певних процесів	Управління процесом, процесні функції	Виконання процесних функцій
4.	Економічний словник [5]	Загальне поняття	«Механізм» визначається як послідовність станів, процесів, що визначають собою яку-небудь дію, явище або ж систему, пристрій, що визначає порядок якого-небудь виду діяльності	Сукупність структури і процесів	Перетворення руху одних тіл в рух других
5.	А. Кульман [1]	Економічний	Економічний механізм визначається або природою початкового явища, або кінцевим результатом серії представлень. Складовими елементами механізму завжди одночасно виступають початкове явище, завершальні явища, весь процес, який відбувається в інтервалі між ними	Послідовність станів, процесів	Узгодження порядку виду діяльності
6.	Л. М. Тульчинський [6]	Економічний	Економічний механізм – система ресурсного забезпечення (фінансовими, трудовими, матеріально-технічними ресурсами), господарського змісту, господарського розрахунку і економічного стимулювання	Елементи механізму – явища	Взаємозв'язок, представлений у процесі
7.	В.Н. Бурков, В.В. Кондратьєв [7]	Організаційний	Під базовим механізмом організаційного управління розуміють «досить складний набір процедур, правил, положень, інструкцій, що регламентують поведінку осіб, які готують і приймають рішення на усіх етапах функціонування організації»	Система забезпечення, змісту і стимулювання	Забезпечення ресурсами
8.	А.Б. Бахур [20]	Організаційний	Цілісний комплекс причинно-наслідкових зв'язків, які забезпечують доцільне перетворення початкової ситуації на кінцеву (пов'язану з метою, якої досягають)	Набір процедур, правил, положень, інструкцій	Управління функціонуванням організації
9.	Н.Л. Удальцова [8]	Організаційно-економічний	Організаційно-економічний механізм – сукупність організаційно-економічних структур, що формують галузь національної економіки, рівнів управління, що включають законодавчі, фінансово-адміністративні методи дії, які забезпечують безперервний розвиток галузі на основі принципів цілеспрямованості, системності, комплексної реалізації потенціалу галузі, адаптивності, узгодженості інтересів взаємодіючих суб'єктів, інноваційності	Система причинно-наслідкових зв'язків	Відтворення в системі
				Сукупність структур, рівнів	Забезпечення безперервного розвитку галузі

№	Автор	Видове призначення	Суть поняття	Характерні риси	Можливості реалізації
10.	Л.І. Абалкін [21]	Організаційно-економічний	Організаційно-економічні відносини, які виникають у ході організації суспільної праці, відносин з обміну діяльністю та відносин з управління	Відносини управління	Управління системою
11.	Н.М. Подоліхін [19]	Організаційно-економічний	Особливий вид господарського механізму, який є сукупністю організаційно-економічних інструментів і методів впливу на процес.	Сукупність інструментів та методів	Регулювання процесів в окремій системі
12.	Ф.З. Аралбаєва [9, с. 9]	Економічний	Економічний механізм – сукупність елементів: управління, нормування та обліку результатів і витрат, господарсько-виробничої діяльності та матеріального заохочення; організаційного, ресурсного та інформаційного забезпечення	Сукупність елементів	Організаційне, ресурсне та інформаційне забезпечення
13.	К. Сармантаєв [10, с. 11]	Економічний	Економічний механізм – система формування цілей і стимулів, що дає змогу перетворити в процесі спрямованої діяльності рух потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення попиту споживачів	Система цілей і стимулів	Задоволення попиту споживачів
14.	Е.Г. Багудіна [11, с. 183]	Економічний	Економічний механізм – внутрішній устрій будь-якого апарату, що призводить до досягнення потрібного економічного ефекту	Устрій для економічного ефекту	Досягнення потрібного економічного ефекту
15.	В.М. Поленчук [12, с. 193]	Економічний	Економічний механізм – сукупність методів і засобів впливу на економічні процеси та їх регулювання	Сукупність методів, засобів впливу	Вплив на економічні процеси та їх регулювання
16.	О.А. Галич [13, с. 30]	Економічний	Економічний механізм – система економічних методів та важелів, що забезпечує зовнішні зв'язки підприємства й створює відповідні умови отримання доходу	Сукупність економічних методів важелів впливу на економічні процеси	Забезпечення зовнішніх зв'язків підприємства й створення відповідних умов отримання доходу
17.	Й.С. Завадський [14, с. 81]	Економічний	Економічний механізм – складовий елемент господарського механізму, що включає економічні стимули (державні економічні стимули виробництва й матеріальні стимули праці) та важелі (планування, господарсько-технічне обслуговування, умови реалізації продукції, виробничо-технічне обслуговування, умови господарювання, різні ліміти, собівартість продукції, рентабельність виробництва)	Стимули, важелі, умови	Взаємодія між економічними стимулами та важелями
18.	С.С. Ісупова [15, с. 30]	Економічний	Економічний механізм – цілісна система у вигляді двох взаємодіючих підсистем: функціональної (планування, стимулювання і відповідальність, забезпечення умов для конкуренції, науково-технічний прогрес, управління якістю процесів, раціональне використання ресурсів) і забезпечуючої	Цілісна система у вигляді двох взаємодіючих підсистем	Управління якістю процесів, раціональне використання ресурсів, науково-технічний прогрес
19.	Е.В. Міннеханова [16, с. 157]	Економічний	Економічний механізм – схема функціонування у складі цілісових, функціональних підсистем (планування, оцінка результатів, стимулювання, конкурентне змагання) та підсистем забезпечення	Схема взаємодії підсистем	Забезпечення досягнення цілей організації
20.	Н. Іванов [17]	Економічний	Економічний механізм – системи управління/регулювання досліджуваних об'єктів на макрорівні як базових закономірностей розвитку економіки	Системи управління / регулювання	Управління / регулювання розвитком економіки
21.	С.О. Яценко [18]	Економічний	Економічний механізм – складна структура взаємозв'язаних і взаємодіючих економічних елементів і явищ, процес досягнення заданої або невизначеної господарської мети, що забезпечує, у рамках і під дією економічної системи, що управляє (що регулює) форма взаємодії економічних агентів і держави у процесі продукування благ для задоволення потреб суспільства	Структура елементів і явищ	Управління (регулювання) економічної системи
22.	Л. Гурвіц [22]	Економічний		Взаємодія агентів і держави	Задоволення потреб суспільства

Таблиця 2

**Основні принципи формування механізму стратегічного управління
стійким розвитком відновлюваної енергетики**

Принцип	Характеристика
Принцип системності	Механізм стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики доцільно розглядати в єдиній сукупності об'єкта і суб'єкта. Всі види енергетичних об'єктів мають тенденцію до об'єднання у взаємозв'язані системи, що служать для забезпечення країни усіма видами енергії і здатні виступати як єдине і складне ціле, результат функціонування якого не дорівнює сумі результатів функціонування окремих об'єктів системи
Принцип цілеполагання	Визначення напрямку розвитку в перспективі. Цілеполагання визначає основні цілі розвитку, тому його доцільно конкретизувати для передачі окремих функцій елементам системи. Це досягається в результаті цілевказівки, тобто визначаються параметри стану, який характеризує мету і значення вибраних показників мети. У нашому разі задається мета і визначаються завдання стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики
Принцип комплексності	Формування розвиненої виробничо-технологічної, фінансової, кадрової, інноваційної, інформаційної інфраструктури для забезпечення функціонування ВДЕ та обладнання, призначеного для їх використання. Створення умов для взаємодії всіх ланок логістичного ланцюга створення вартості електроенергії та забезпечення дотримання всіх учасників ланцюга «виробництво – передача – споживання» електроенергії.
Принцип безперервного моніторингу	Припускає безперервний моніторинг стану та прогнозування тенденцій розвитку енергосистеми та всіх її елементів на основі сучасних інформаційних технологій, які дають змогу отримувати повну та достовірну інформацію та проводити її аналіз у режимі реального часу
Принцип ієрархічності	Структура повинна мати декілька рівнів управління для розподілу повноважень ухвалення рішень. Ієрархічність – це «поверховість» систем, ранжирування цілей, визначення пріоритетів, наявність підрядних зв'язків. Цей принцип передбачає нерівність тих, що становлять систему частин, але саме його реалізація забезпечує ефективність життєдіяльності системи у цілому. У ній спрощується ухвалення рішень та їх цілеспрямоване виконання, економиться час, підвищується якість. Як тільки система втрачає ієрархічність, вона впадає в хаос і знижує якість виконання своїх загальних функцій
Принцип гнучкості	Висока ступень пристосованості енергосистеми до вимог зовнішнього середовища та можливості змін її структури
Принцип управління підсистемами	Управління підсистемами розвитку економіки енергетичної галузі для досягнення якісних перетворень у розвитку відновлюваної енергетики. Система управління повинна бути максимально прозорою й орієнтованою на задоволення потреб споживачів, забезпечувати якісні, позитивні зміни у підсистемах, тобто такою, в якій фінансові ресурси витрачають зважено, контрольовано, зважаючи на кінцевий та остаточний результат; прогресивною, спрямованою не тільки на сьогоднішній, а й у майбутнє, вирішувати сьогоднішні проблеми з урахуванням наслідків ухвалених рішень для майбутніх періодів розвитку відновлюваної енергетики
Принцип раціонального використання та забезпечення ресурсами (екологічності)	Забезпеченість ресурсами та раціональність у їх використанні під час виробництва – розподілу – обміну – споживання. Організація потоків у підсистемах, що супроводжуватиметься мінімальними витратами праці, обмеженням нераціональних утрат ресурсів, мінімальним порушенням здатності екологічних ресурсів до саморегуляції, поступовим зниженням обсягів і темпів споживання ресурсів, а отже, забезпечуватиме такий рівень їхньої продуктивності, який передував зниженню. Скорочення обсягів викиду шкідливих речовин, використання екологічних переваг ВДЕ.
Принцип забезпечення відтворювальних процесів	Забезпечення відтворювальних процесів в економіці енергетичної галузі для розвитку відновлюваної енергетики. Забезпечення відтворення ресурсів – це прерогатива системоутворюючих, самовідтворювальних підсистем. Відтворення економічних ресурсів у розвитку відновлюваної енергетики детерміноване обов'язковим забезпеченням безперервного інноваційного розвитку, повторенням процесів виробництва, розподілу, обміну та споживання. Чим більшою буде кількість відтворених ресурсів, тим вищим рівнем стійкого розвитку відзначатиметься розвиток галузі
Принцип забезпечення безперервного інноваційного розвитку	Забезпечення безперервного інноваційного розвитку відновлюваної енергетики. Інноваційний розвиток – один із найбільш ґрунтовних складників механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики, тому цей принцип є найбільш вагомим для забезпечення поглибленого розвитку відновлюваної енергетики. Необхідним є впровадження науково-технічних нововведень, які сприятимуть зниженню обсягів і темпів використання соціо-еколого-економічних ресурсів, мінімізації втрат у ході переміщення ресурсів, зменшенню негативного впливу на довкілля за рахунок зниження рівня викидів і скидів шкідливих речовин

(Закінчення таблиці 2)

Принцип	Характеристика
Принцип забезпечення інвестиційної діяльності	Забезпечення інвестиційної діяльності. Інвестиційна діяльність відзначається спрямованістю на забезпечення капіталовкладень у розвиток галузі та прискорює їхній розвиток унаслідок створення додаткових робочих місць і впровадження нових технологій і знань. Пріоритетним є прагнення до створення сприятливого інвестиційного клімату
Принцип задоволення потреб населення та надійності енергопостачання	Задоволення потреб населення, нинішнього та майбутніх поколінь. Створення умов для забезпечення можливостей життєдіяльності населення з урахуванням мінімальних гарантій держави; стабілізація рівня життя населення. Надійність енергопостачання забезпечується швидкістю реакції на зміни стану елементів енергосистеми
Принцип ефективності та відповідності стратегічним пріоритетам розвитку	Забезпечення ефективності соціо-еколого-економічної системи розвитку відновлюваної енергетики. Ефективність та відповідність стратегічним пріоритетам розвитку соціо-еколого-економічної системи залежить, в першу чергу, від застосовуваних форм і методів, тому що вони зумовлюють склад, структуру й обсяги залучених ресурсів та їх використання у процесі господарювання. Вектор ефективності та відповідності стратегічним пріоритетам розвитку загалом спрямований на забезпечення такого співвідношення між результатами та витратами залучених ресурсів, що, зрештою, знайде відображення на позитивному прирості показників, які буде отримано в результаті співвідношення доходів і видатків

Механізм припускає створення системи постійної дії на об'єкт, що управляється, яка спрямована на певний результат. Дію на об'єкт можна представити в сукупності цілеспрямованих прийомів, що впливають на суб'єкт управління, які забезпечують координацію дій у цілях досягнення стійкого розвитку. Таким чином, на основі комплексного застосування вищеперерахованих напрямів реалізації механізму й з урахуванням особливостей розвитку економіки енергетичної галузі доцільно визначити спеціальні принципи формування механізму стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі в контексті відновлюваної енергетики, які представлено в табл. 2.

Представлені принципи відзначаються взаємопов'язаністю та детермінують вагомі закономірності формування механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики. Дотримання перерахованих принципів є однією із передумов успішного досягнення результативного рівня соціо-еколого-економічного розвитку внаслідок досягнення рівноваги між використанням і відтворенням соціо-еколого-економічних ресурсів через призму задоволення потреб суспільства.

Таким чином, модель формування механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики визначає комплексне злиття всіх його складників, тобто формування дослідженого механізму повинне відбуватися за умови цілісності його структури. Ефективне функціонування механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики може бути реалізовано шляхом урахування даних принципів. Принципи формування механізму

стратегічного управління стійким розвитком – засадничі в контексті встановлення структури та функцій досліджуваного механізму. Реалізація таких принципів сприятиме забезпеченню якісної, обґрунтованої й управлінської діяльності у процесі стратегічного управління стійким розвитком економіки енергетичної галузі шляхом розвитку відновлюваної енергетики.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Для успішного розвитку економіки енергетичної галузі повинен, своєю чергою, зберігатися баланс між оптимальним співвідношенням витрат і виробленням електроенергії, доцільно знаходити нові форми застосування капіталу, підвищувати ефективність використання енергоресурсів, оновлювати і проводити модернізацію основних виробничих фондів, застосовувати принципово нові методи управління. Цього можна досягти тільки в умовах стійкого розвитку.

Механізм стратегічного управління стійким розвитком розуміється як взаємозв'язок багаторівневої системи структур, пов'язаних правовими нормами, що дають змогу енергетичній галузі стабілізувати свою виробничо-господарську діяльність, виявити новий потенціал і підвищити його здатність до оновлення. Він вирішує два завдання: перше – організаційна система виробляє і реалізує комплекс заходів, які підвищують основні показники галузі; друге – реалізація комплексу заходів, спрямованих на відновлення показників.

Формування та реалізація механізму стратегічного управління стійким розвитком відновлюваної енергетики повинно відбуватися шляхом безперервного інноваційного розвитку ВДЕ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кульман А. Экономические механизмы. Москва, 1993. 192 с.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. Москва, 2011. 512 с.
3. Чаленко А.Ю. Неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях. Капитал страны. 25.03.2010. URL: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/176697> (дата звернення: 01.09.2018).
4. Бородин А.И. Состав и структура организационно-экономического механизма стратегического развития предприятия. Томск, 2003. 306 с.
5. Экономический словарь. URL: http://abc.informbureau.cjm/html/jicssenoaaiiue_iaoaeci.html (дата звернення: 08.09.2018).
6. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры. Санкт-Петербург, 2001. 356 с.
7. Бурков В.Н., Кондратьев В.В. Механизмы функционирования организационных систем. Москва, 1981. 384 с.
8. Удальцова Н.Л. Организационно-экономический механизм функционирования отрасли национальной экономики. Экономические науки. 2012. № 6(91). С. 95.
9. Аралбаева Ф.З. Механизм управления социально-экономическим развитием территориально-хозяйственных подсистем в региональной экономике: автореф. дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05. Оренбург, 2008. 25 с.
10. Сармантаев К. Организационно-экономический механизм эффективного развития сельских территорий: автореф. дис. ... докт. экон. наук: 08.00.05. Алматы, 2010. 26 с.
11. Багудина Е.Г. Экономический словарь. Москва, 2009. 624 с.
12. Поленчук В.М. Економічний механізм розвитку підприємств у історичному досвіді ринкових трансформацій. Економічні інновації: зб. наук. праць. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2011. Випуск 45. С. 189–199.
13. Галич О.А. Внутрішній економічний механізм підприємства: курс лекцій. Полтава, 2005. 298 с.
14. Завадський Й.С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК. Київ, 1992. 367 с.
15. Исупова С.С., Берра Х. Механизм реализации муниципальной экономической политики. Содействие развитию экономики на муниципальном уровне. Серия «Муниципальное управление». 2007. Вып. 5. С. 29–32.
16. Миннеханова Е.В. Теоретико-методологические основы формирования организационно-экономического механизма взаимодействия пространственно-локализованных экономических систем в регионе Российское предпринимательство. 2011. № 7. Вып. 2. С. 155–159.
17. Иванов Н. Глобализация и общество: проблемы управления. Мировая экономика и международные отношения. 2008. № 4. С. 3–15.
18. Ященко С.О. Институциональный подход к анализу экономических механизмов. Экономический анализ. Теория и практика. 2012. № 2(254). С. 22–23.
19. Подоприхин Н.М. Организационно-экономический механизм процесса реализации инвестиционной стратегии: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Воронеж, 1999. 198 с.
20. Бахур А.Б. Возможности автоматизации проектирования технических систем на основе интегративно-функциональных представлений о системной организации. URL: <http://www.spb.narod.ru> (дата звернення: 11.09.2018).
21. Абалкин Л.И., Бакалов А.П., Быстрицкая Э.А. и др. Хозяйственный механизм общественных формаций. Москва, 1986. 268 с.
22. Hurwicz L., Bowles S., Gintis H., Gustafsson B. (eds.) Toward a Framework for Analyzing Institutions and Institutional Change. Markets and Democracy Cambridge: Cambridge University Press, 1993. P. 51–67.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО СЕКТОРУ НА ЗАСАДАХ ПОГЛИБЛЕНОЇ І ВСЕОСЯЖНОЇ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З ЄС

STATE REGULATION OF FOREIGN TRADE SECTOR BASED ON THE DEEP AND COMPREHENSIVE FREE TRADE AREA OF UKRAINE WITH THE EU

Сібекина А.Ю.

здобувач,

Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки

У роботі досліджуються питання впровадження тарифної лібералізації в українській торгівлі (2013–2017 рр.) в умовах європейської інтеграції. Результати підтверджують, що застосування торгових преференцій ЄС демонструє нереалізований експортний потенціал українських підприємств. Державне регулювання сектору зовнішньої торгівлі слід розглядати пріоритетом, заснованим на вільній торгівлі між Україною та ЄС.

Ключові слова: Європейський Союз, експорт, зона вільної торгівлі, державне регулювання, квота, мито, підприємство.

В работе исследуются вопросы внедрения тарифной либерализации в украинской торговле (2013–2017 гг.) в условиях европейской интеграции. Результаты подтверждают, что применение торговых преференций ЕС демонстрирует нереализованный экспортный потенциал украинских предприятий. Государственное регулирование сектора внешней торговли следует рассматривать приоритетом, основанным на свободной торговле между Украиной и ЕС.

Ключевые слова: Европейский Союз, экспорт, зона свободной торговли, государственное регулирование, квота, пошлина, предприятие.

This paper analyzes the issues of implementation of tariff liberalization in Ukrainian trade (2013–2017) in terms of European integration. The results justify that the application of EU trade preferences demonstrate an unrealized export potential of the Ukrainian companies. In this context, state regulation of foreign trade sector should be a priority based on free trade area between Ukraine and the EU.

Key words: The European Union, export, free trade area, state regulation, quota, duty, enterprise.

Поглиблена і всеосяжна зона вільної торгівлі (ПВЗВТ) є широкомасштабною за змістом частиною Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС), предмет якої виходить далеко за межі лібералізації тарифів.

Угода про асоціацію з ЄС є великим рамковим документом і стосується майже кожної сфери економічного та політичного життя країни, а отже, у широкому сенсі – це документ, що визначає план реформ в Україні на найближчі 10 років.

ПВЗВТ з ЄС почала діяти з 2016 р., хоча значну частину торговельних бар'єрів між країнами було скасовано у квітні 2014 р. з моменту впровадження автономних торговельних преференцій ЄС, тобто вже кілька років для українських експортерів де-факто почала діяти зона вільної торгівлі з ЄС.

Незважаючи на певну низку економічних шоків, порівняно з 2013 р. позиції експорту в ЄС відчули незначних змін. Так, перші позиції в пере-

ліку товарів, які експортуються в ЄС, займають ті ж самі кукурудза, соняшникова олія, комплекти проводів для свічок запалювання, залізна руда та металеві вироби, що представлено в табл. 1. На перше місце впевнено вийшла кукурудза, частка якої впала з 10% у 2013 р. до 8% у 2017 р. Соняшникова олія перемістилася на другу позицію – 7% експорту. На третьому місці – комплекти проводів для свічок запалювання, частка яких в експорті до ЄС зросла з 6% до 7%.

Динаміка структури товарного експорту з України до країн ЄС-28, як видно з рис. 1, демонструє незмінність позицій основних товарів. Проте варто зауважити, що на ринок ЄС поступово виходять нові товари. Якщо в 2013 р. Україна постачала в країни ЄС 75% товарних позицій загального експорту, то в 2017 р. асортимент поставок в ЄС становив уже 81%, при цьому кількість товарних позицій загального експорту України за цей час поступово зростала.

Таблиця 1

Товарна структура експорту до ЄС, 2013–2017 рр.

Товарна позиція	2013, %	2017, %
Кукурудза	10	8
Олія соняшникова сира	2	7
Комплекти проводів для свічок запалювання	6	7
Напівфабрикати з вуглецевої сталі	10	5
Руди та концентрати залізні агломеровані	4	5
Руди та концентрати залізні неагломеровані	6	4
Насіння ріпаку з низьким вмістом ерукової кислоти	5	4
Макуха та інші тверді відходи з насіння соняшнику	3	2
Інше	54	58

Джерело: складено за [1–3]

У 2017 р. на ринок ЄС вийшли товари-«новачки», які не постачалися до ЄС протягом попередніх п'яти років. Загальна сума «абсолютно нового» експорту становила 2,8 млн. дол. США. Серед «новачків» приблизно 20% зайняло вершкове масло (гарний приклад успішності зусиль щодо адаптації до вимог ЄС до безпечності харчової продукції), ще 15% – конвеєри для підземних робіт. Далі в переліку – руди та концентрати рідкісних металів, порошок магнію, транспортні засоби для пересування снігом, машини для текстильної промисловості та лікарські засоби, що містять антибіотики. Із цих товарів приблизно половина позицій, зокрема руди металів, магній та лікарські засоби, на суму 1,3 млн. дол. США постачалися Україною виключно на ринок ЄС [4].

За результатами 2017 р. український експорт товарів в ЄС зріс на 30% та досяг рекордних 17,5 млрд. дол. США, що є найвищим показником із 2012 р. (рис. 2).

Більше ніж половину приросту експорту було досягнуто завдяки збільшенню реального експорту, тобто експорту, виміряного у сталих цінах. Цікаво, що обсяги реального експорту в решту країн світу майже не зросли. Таким чином, саме експорт в ЄС зробив позитивний внесок у зростання реального ВВП України в 2017 р.

Слід зауважити, що майже дві третини переробленої продукції постачається промисловим споживачам в ЄС, що робить українських експортерів частиною європейських виробничих ланцюжків. Так, одним із найвідоміших прикладів участі України у виробничих ланцюжках ЄС є, безумовно, виробництво електричного устаткування для автомобільної промисловості. У 2017 р. комплекти проводів для транспортних засобів були третім за вартістю експорту в ЄС товаром – 1,2 млрд. дол. США, що на 28% більше, ніж у 2013-му [4].

За інформацією моніторингової групи «Підприємства України», з 2015 р. на території країни

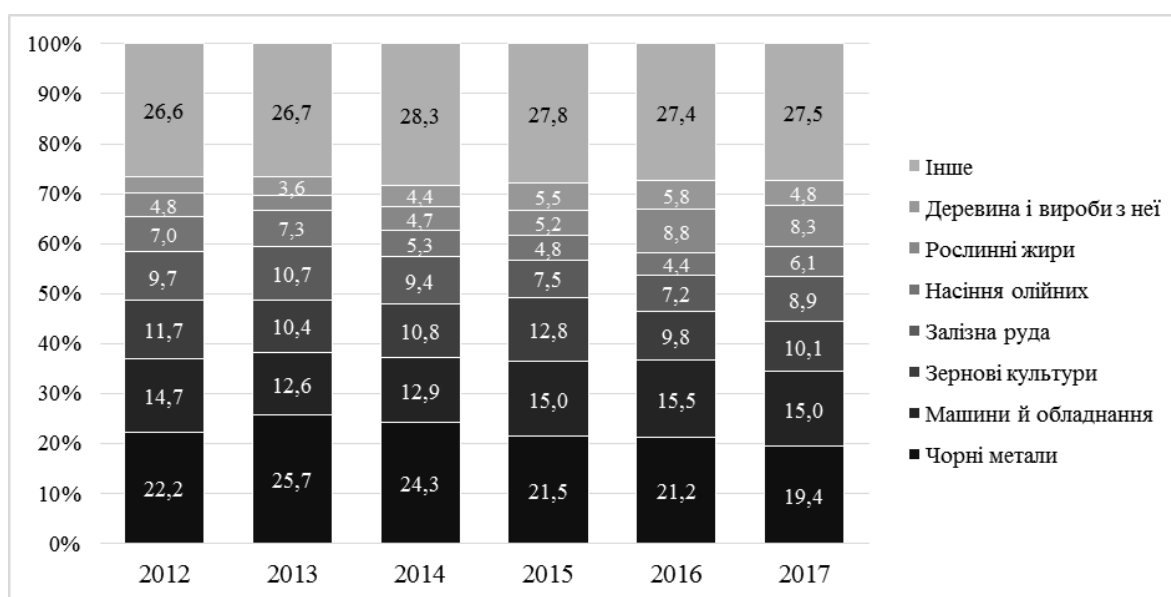


Рис. 1. Динаміка структури товарного експорту з України до країн ЄС-28 у 2012–2017 рр., %

Джерело: складено автором за даними [5]

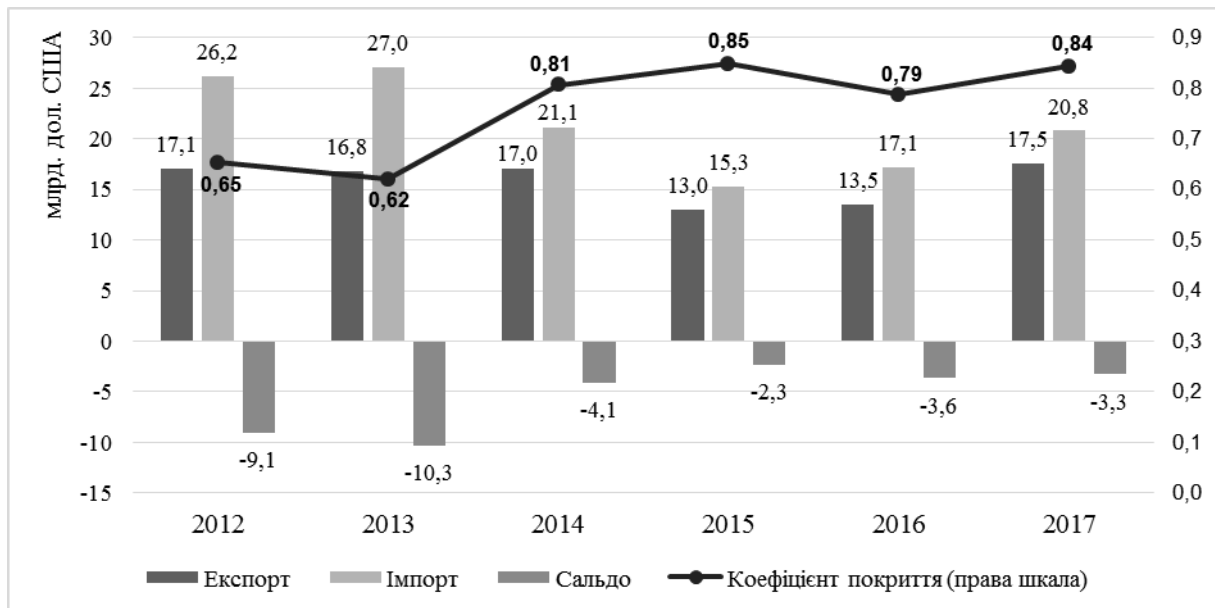


Рис. 2. Динаміка зовнішньої торгівлі України товарами з країнами ЄС-28 у 2012–2017 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за даними [2; 5]

відкрилося щонайменше дев'ять нових заводів даного спрямування із загальною кількістю робочих місць близько 15 тис. Майже вдсятеро за останні п'ять років збільшилася вартість поставок антен, на які припадає 0,2 млрд. дол. США [6].

Варто зазначити, що для експорту в рамках режиму вільної торгівлі з ЄС (нульові або зменшені мита) необхідно отримати сертифікат із перевезення товарів форми EUR.1, який з 1 січня 2016 р. видається митними органами України.

Порядок видачі сертифікатів форми EUR.1 аналогічний тому, що діє в європейських країнах і передбачає максимальне спрощення видачі сертифікатів на безоплатній основі у найкоротший термін з одночасним посиленням відповідальності експортера за достовірність інформації, яка необхідна для визначення українського походження товару.

Протягом 2016–2017 рр., за даними Державної фіскальної служби (ДФС), було видано 100 тис. сертифікатів EUR.1 на товари українського походження для можливості їх перевезення до країн ЄС, що свідчить про збільшення обсягів експорту до ЄС.

Найбільшу кількість сертифікатів було видано до Польщі – 28 957 шт., або 29%, Німеччині – 13 643 шт., або 13%, Румунії – 8 042 шт., або 8%, Італії – 5 319 шт., або 5%, Нідерландів – 4 159 шт., Литви – 3 903 шт., Болгарії – 3 348 шт. [7].

У розширенні обсягів експорту допомагають також і звільні мита, що на більшість товарів в ЄС уже скасовані, адже з 7,6% до 0,5% зменшився середній тариф на український експорт до ЄС, як видно з табл. 2. Так, більшість мит скасовано у квітні 2014 р. в режимі автономних торговельних преференцій для України.

Без мит нині можна продавати живих тварин, рибу, сири, горіхи, більшість фруктів, овочів та олійних культур, кондитерських виробів, товарів легкої промисловості, продукції машинобудування тощо.

У рамках ПВЗВТ з ЄС передбачено запровадження тарифних квот. Це означає, що окремі товари постачаються у певних обсягах за нульовою ставкою. При цьому імпорту зазначених товарів понад визначений обсяг підпадає під загальний режим імпорту, тобто оподатковується за тими ж умовами, які діяли до запровадження вільної торгівлі з ЄС.

Таблиця 2

Тарифна лібералізація для українських товарів

Період	Всього по митному тарифу	По товарах груп УКТЗЕД 01-24 (с/г)	По товарах груп УКТЗЕД 25-97 (промислові та перероблені с/г товари)
Діюча ТЛ	7,6	19,8	3,9
ТЛ з моменту набуття чинності УА	0,5	0,6	0,5
11-й рік ТЛ	0,05	0,24	0

Джерело: складено автором за даними [8; 9]

Встановлення безмитних тарифних квот ЄС передбачено для 36 видів товарів, причому по чотирьох видах встановлено додаткові обсяги. У 2016 р. українські виробники активно використовували можливості експорту до ЄС у рамках 26 із 40 тарифних квот [10].

Для 18 товарів вже передбачено збільшення обсягів тарифних квот упродовж п'яти років із дати застосування торговельних положень Угоди. Наприклад, Угодою про асоціацію передбачено поступове збільшення обсягів тарифної квоти на виноградний та яблучний соки з 10 тис. т/рік до 20 тис. т/рік протягом п'яти років. У 2017 р. обсяг квоти становив 12 тис. т/рік, у 2018 р. – 14 тис. т/рік, у 2019 р. становитиме 16 тис. т/рік, у 2020 р. – 18 тис. т/рік, у 2021 р. і далі щорічно – 20 тис. т/рік.

Окрім того, у рамках додаткових торговельних преференцій, які набули чинності 1 жовтня 2017 р., ЄС запроваджено додаткові нульові тарифні квоти на імпорт української агрохарчової продукції.

Водночас положеннями Угоди про асоціацію між Україною та ЄС розгляд питання щодо прискорення та розширення умов лібералізації буде можливий через п'ять років із дати застосування торговельних положень Угоди. Таким чином, українська сторона матиме можливість провести відповідні консультації зі стороною ЄС не раніше 2021 р.

Цікаво додати, що квоти по меду, виноградному та яблучному соках, обробленим томатам, цукру, ячмінній крупі та борошну, м'ясу птиці, пшениці, кукурудзі, ячменю найшвидше використовуються українськими експортерами.

Адміністрування тарифних квот здійснюється за двома принципами: «перший прийшов – перший обслуговується» та через систему імпорتنих ліцензій [11].

Отже, аналіз експорту до ЄС спростовує міф, що українські виробники неспроможні конкурувати на ринку ЄС і лише обмежена кількість товарних позицій українського експорту може знайти на цьому ринку свого покупця.

Сучасний український бізнес не характеризується браком інформації про ЄС, острахом конкуренції та високих стандартів. Нині вітчизняний малий та середній бізнес уже має розуміння того, що ЄС – найбільший ринок збуту. Водночас основними проблемами залишаються відсутність маркетингової культури та слабка обізнаність із правилами ведення бізнесу та торгівлі ЄС.

Відповідно до опитування Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, найвагомішими перешкодами для українських експортерів виявляються неефективний і непрозорий механізм відшкодування ПДВ, а також значний рівень бюрократизації. Більше 40% експортерів назвали ці чинники перешкодами для здійснення експорту. Іншими поширеними бар'єрами респонденти називають велику кіль-

кість дозвільних документів для експорту, непередбачуваність торговельної політики України, бюрократію, непрозорість у податкових органах та високий рівень податкового тягаря [12].

Водночас варто зазначити досить невисоку пристосованість українського малого та середнього бізнесу до умов ринку ЄС через відсутність комплексної стратегії державного регулювання зовнішньоторговельного сектору в умовах європейської інтеграції. Адже все ще бракує регулювання кредитування експорту, запровадження культури ведення бізнесу на зовнішніх ринках, розбудови інституту експорту, владного процесу адаптації українського законодавства до європейських вимог тощо.

Варто зазначити, що українські компанії по-різному знаходять потенційних клієнтів на ринках ЄС. Так, якщо великий бізнес має свою стратегію роботи на ринках ЄС – безпосереднє відкриття представництва за кордоном, – проте малий бізнес не має для цього фінансових ресурсів.

Наприклад, вітчизняний виробник промислових і побутових фільтрів для води Ecosoft купував сировину в Ірландії, де зрештою зацікавилися продукцією компанії. Тепер Ecosoft уже під іншою назвою реалізовує товари.

Під назвою іншого бренду на ринку Польщі працює підприємство «Ярич», відоме в Україні своїм печивом.

Компанія «СтудіоПак», яка раніше була дистриб'ютором італійських контейнерів з алюмінієвої фольги, зрештою сама почала виробництво такої продукції в Україні. За кілька років підприємці наважилися на вихід до ЄС: тепер продукція «СтудіоПак» продається у Польщі та Німеччині.

У дуже вузькому сегменті ринку працюють український виробник соків «ГАЛС ЛТД» та підприємство виготовлення прасувальних дошок Eurogold. Перший зайняв нішу на ринку елітної продукції, другий – продає кожну десятку прасувальну дошку в ЄС.

Зазначені компанії є прикладом середніх і маленьких підприємств із вдалим менеджментом, вони зуміли розробити виважену стратегію виходу на ринки ЄС із відповідним проходженням сертифікаційних процедур.

Отже, щоб прилаштуватися до умов ПВЗВТ з ЄС, українським підприємствам необхідно не лише міняти систему свого виробництва та модернізувати його так, щоб унеможливити випуск неякісної продукції. Безумовно, вітчизняний споживач від цього тільки виграє. З іншого боку, допомога органів державної влади українським виробникам та експортерам у виході на зовнішні ринки має стати пріоритетом роботи офіційних установ та інституцій.

У цьому контексті слушно зосередити зусилля на реалізації комплексної стратегії державного регулювання зовнішньоторговельного сектору задля сприяння легкості ведення вітчизняного бізнесу в рамках лібералізації торгівлі в умовах євроінтеграції (рис. 3).

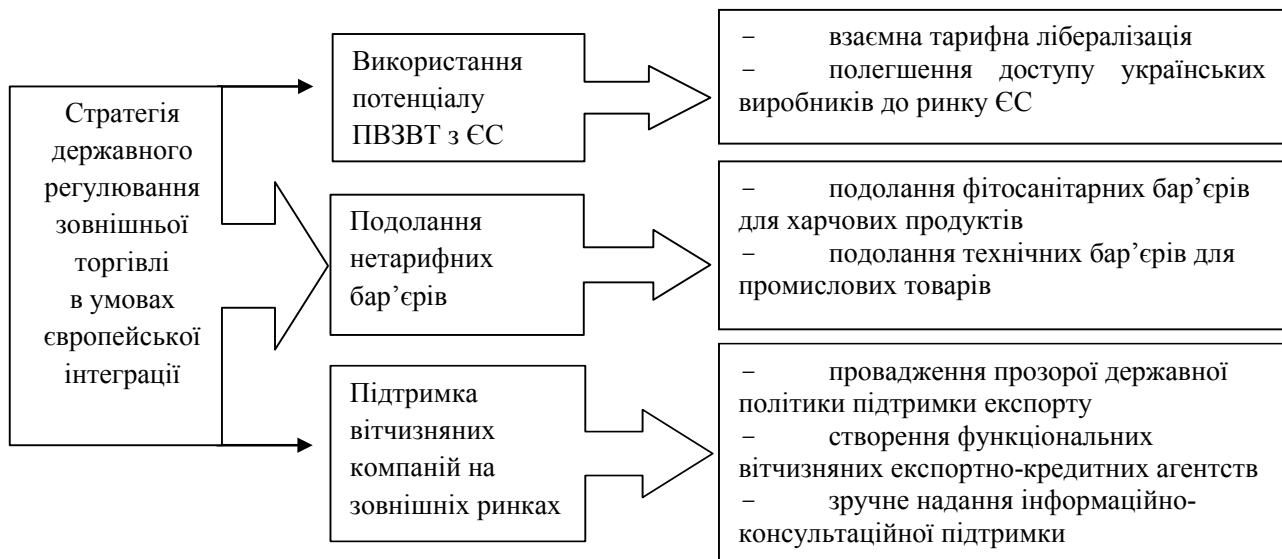


Рис. 3. Стратегія державного регулювання зовнішньоторговельного сектору в умовах євроінтеграції

Джерело: складено автором

Тому важливим є фокус на кількох пріоритетах одночасно: використання потенціалу лібералізації, подолання нетарифних бар'єрів, а також налагодження систематичної підтримки українських виробників та експортерів шляхом упровадження державної підтримки експорту (у т. ч. за рахунок виконання положень Експортної стратегії 2017–2021 рр.), а також продовження курсу на консультаційну підтримку.

Нагальним питанням залишається перспектива створення вітчизняної ефективної інституції із захисту інтересів експортерів, державної підтримки і просування українського експорту у вигляді експортно-кредитного агентства.

Отже, незважаючи на зростання експорту до ЄС (за рахунок збільшення реального експорту) та збільшення його частки у загальному товарному експорті України, поки що говорити про суттєві зміни у структурі експорту до ЄС зарано. Водночас збільшення експорту перероблених

товарів означає, що Україна розширює експорт товарів із більшою часткою доданої вартості.

Навіть після кількох років функціонування ПВЗВТ України з ЄС українські виробники та експортери відчують проблеми виходу на європейські ринки. Важливим для розвитку експортного потенціалу країни стають законодавчі та регуляторні зміни у вигляді комплексної стратегії державного регулювання зовнішньоторговельного сектору в умовах євроінтеграції.

Конкурентоздатність та успіх представників вітчизняного бізнесу на ринках ЄС нині залежать від конкретного власника підприємства, його активності, гнучкості, рівня ділової культури, здатності до засвоєння нових знань та методів організації роботи, тому варто поширювати досвід успішних українських компаній, яким удалося зайняти свою нішу на ринку ЄС, серед представників малого та середнього бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Розуміння Угод про асоціацію між ЄС та Україною, Молдовою і Грузією. URL: <http://www.3dcftas.eu>.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. UN Comtrade Database. URL: <https://comtrade.un.org>.
4. Мовчан В. Експорт спростовує міфи: що показала торгівля України з ЄС у 2017 році. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2018/03/13/7078607>.
5. UNCTAD Statistics. URL: <http://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx>.
6. Національний промисловий портал. URL: <http://uprom.info/>.
7. Державна фіскальна служба. URL: <http://sfs.gov.ua>.
8. Урядовий портал: Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, з іншої сторони. URL: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf).
9. Trade Helpdesk. URL: <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp>.
10. Європейські інтеграція України. URL: <http://old.eu-ua.org/novi-mozhlyvosti-dlia-biznesu/>.
11. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua>.
12. Опитування українських експортерів та імпортерів: проект «Діалог зі сприяння торгівлі». URL: <http://www.ier.com.ua>.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

STUDY OF THE STATE AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE BEIR BRANCH OF UKRAINE

Сорока Л.М.

кандидат економічних наук, доцент,
завідуюча кафедри управління підприємницькою
та туристичною діяльністю,
Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Іваненко І.В.

магістрант факультету управління, адміністрування
та інформаційної діяльності,
Ізмаїльський державний гуманітарний університет

Статтю присвячено дослідженню процесу розвитку пивоварної галузі в Україні та ідентифікації основних чинників, які здійснюють вагомий вплив на її стан і динаміку. У ході дослідження виявлено основних учасників пивного ринку та визначено їх відносні частки. Проаналізовано динаміку виробництва пива основних пивоварних компаній України протягом 2011–2017 рр. Визначено проблеми та перспективи розвитку пивоварної галузі в Україні.

Ключові слова: пивоварна галузь, ринок пива, динаміка виробництва пива, виробники пивної продукції, частка ринку, сучасні тенденції ринку пива.

Статья посвящена исследованию процесса развития пивоваренной отрасли в Украине и идентификации основных факторов, осуществляющих значительное влияние на ее состояние и динамику. В ходе исследования выявлены основные участники пивного рынка и определены их относительные доли. Проанализирована динамика производства пива основных пивоваренных компаний Украины в течение 2011–2017 гг. Определены проблемы и перспективы развития пивоваренной отрасли в Украине.

Ключевые слова: пивоваренная отрасль, рынок пива, динамика производства пива, производители пивной продукции, доля рынка, современные тенденции рынка пива.

The article is devoted to the investigation of the development of the brewing industry in Ukraine and identification of the main factors that exercise significant influence on its condition and dynamics. During the research, the main participants of the beer market were identified and their relative shares were determined. The dynamics of beer production of the main brewing companies of Ukraine during 2011–2017 is analyzed. Problems and prospects of development of the brewing industry in Ukraine are defined.

Key words: brewing industry, beer market, dynamics of beer production, producers of beer products, market share, modern beer market trends.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Нинішній етап розвитку української економіки характеризується корінними змінами, які спричинені нестабільністю політичних, правових, економічних та інших чинників, що в підсумку є причиною виникнення кризових явищ на вітчизняних підприємствах. Варто зазначити, що вплив вищезазначених чинників негативно позначився й на ефективності функціонування пивоварної галузі. Отже, виникає необхідність моніторингу ситуації на пивному ринку для виявлення сильних і слабких сторін основних гравців, їх можливостей та загроз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Дослідженню основних аспектів розвитку української пивоварної галузі, підвищенню ефективності господарювання хмелевих товаровиробників та виявленню проблем розвитку пивоварної галузі в Україні присвячено праці багатьох науковців, серед них: О.В. Шереметинська, А.В. Просвірина, І.В. Мельник, О.М. Танасійчук, І.П. Вигівська та ін. Однак стан пивоварної галузі в Україні постійно змінюється, що пов'язано зі змінами у політичній, економічній ситуації в країні та законодавстві, тому виникає гостра проблема

подальшого наукового пошуку та дослідження ринку пивоваріння.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – дослідити ринок пива України, визначити основних виробників пива та їхню частку ринку, висвітлити проблеми та перспективи розвитку пивоварної галузі в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сьогодні пивна промисловість є однією з найбільш модернізованих, це пов'язано з тим, що продуценти намагаються виробляти продукцію за європейськими стандартами якості із застосуванням сучасних технологій та обладнання.

Особливістю пивоварної галузі в Україні за останні роки є те, що виробники працюють в умовах падіння купівельної спроможності населення, введення та поступового збільшення акцизного збору і заборони на рекламу пивних напоїв. Усі вищезазначені чинники негативно позначилися на динаміці обсягу виробництва пивних напоїв, що демонструє табл. 1.

Отже, за даними табл. 1 можемо зробити висновок, що значне зниження показників виробництва пива відбулося в 2015 р., це спричинено віднесенням пива до групи міцного алкоголю, введенням акцизу та ліцензуванням торгівлі пивними напоями. У 2017 р. тільки обсяги виробництва пива без умісту алкоголю мають позитивну динаміку, однак рівень виробництва 2012–2014 рр. не досягнуто.

Динаміка виробництва солодового пива, яка представлена на рис. 1, має негативну тенденцію починаючи з 2012 р.

Висновки, отримані за результатами аналізу даних, що надає Державна служба статистики, підтверджують і фахівці незалежного центру мар-

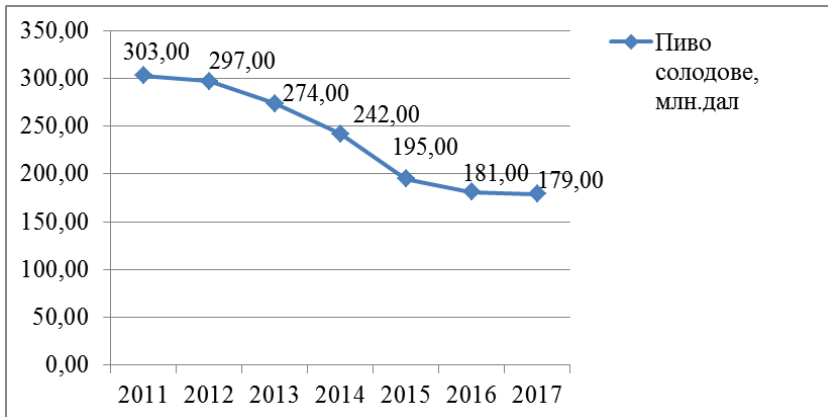


Рис. 1. Динаміка виробництва солодового пива за 2011–2017 рр.

Джерело: складено на основі [1]

кетингових досліджень Nielsen. Отже, маркетологи з компанії Nielsen впевнені, що український ринок пива в 2017 р. вперше за останні десять років припинив падіння. За 12 місяців в Україні спожито на 1,8% пива більше, ніж у 2016 р. (у попередньому році зафіксовано падіння 7,1%) [2].

А. Малацковська та М. Яблонська стверджують: «Найважливішими проблемами розвитку на сучасному ринку пива є вартість та якість сировини. Більшість українських пивоварень та всі іноземні пивні компанії в Україні імпортують ячмінь та хміль із-за кордону, адже українські аналоги не відповідають міжнародним стандартам якості. Наслідком цього є не лише великі витрати на сировину, а й труднощі з її доставкою» [3, с. 221].

Важливою подією 2017 р. стало об'єднання дочірнього підприємства концерну AB InBev – ПАТ «САН ІнБев Україна» та дочірнього підприємства турецького пивного виробника Anadolu Efes – ПрАТ «Ефес Україна». Зазначені компанії підписали угоду про злиття своїх активів на території України. Багато експертів вважають цю подію ключовою для українського ринку пивоваріння.

Таблиця 1

Динаміка виробництва пива в Україні за 2011–2017 рр., млн. дал.*

Найменування продукції	Період						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Пиво солодове, млн. дал.	303,00	297,00	274,00	242,00	195,00	181,00	179,00
Пиво безалкогольне (вміст алкоголю менше 0,5%), млн. дал.	2,60	4,00	4,50	3,30	2,50	2,60	2,80
Разом:	305,60	301,00	278,50	245,30	197,50	183,60	181,80
Темп росту, %							
Пиво солодове, млн. дал.	-	-1,98	- 7,74	- 11,68	- 19,42	- 7,18	- 1,10
Пиво безалкогольне (вміст алкоголю менше 0,5%), млн. дал.	-	53,85	12,50	- 26,67	- 24,24	4,00	7,69
Разом:	-	- 1,51	- 7,48	- 11,92	- 19,49	- 7,04	- 0,98

* Без урахування тимчасово анексованої території АР Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Джерело: складено на основі [1]

Таблиця 2

Аналіз змін у структурі ринку пивної продукції за 2016–2017 рр.

Найменування пивоварної компанії	Обсяг реалізації пива, млн. дал		Структура, %		Зміни у структурі, %
	2016	2017	2016	2017	
ПАТ «САН ІнБев Україна»	53,06	50,23	28,90	27,63	- 4,40
ПрАТ «Оболонь»	39,66	42,16	21,60	23,19	7,36
ПАТ «Карлсберг Україна»	54,90	51,09	29,90	28,10	- 6,02
ТзОВ «Перша приватна броварня»	23,13	24,30	12,60	13,37	6,10
Інші пивні виробники	12,85	14,02	7,00	7,71	10,19
Разом:	183,60	181,80	100,00	100,00	–

Джерело: складено на основі [1]

Аналітики дають такі прогнози від злиття активів двох компаній: «Синергія від об'єднання оцінюється в \$80–100 млн. на рік за рахунок скорочення витрат» [4]. Очікується також, що результатом від злиття двох дочірніх підприємств стане зниження цін на їх продукцію.

Варто зазначити, що український ринок пива характеризується тим, що більшу його частину контролюють чотири основні учасники: ПАТ «САН ІнБев Україна», ПАТ «Карлсберг Україна», ПрАТ «Оболонь» та ТзОВ «Перша приватна броварня». Розглянемо більш детально зміни у структурі українського ринку пивоваріння за 2017 р. у табл. 2.

Дані табл. 2 свідчать про те, що такі виробники пива, як ПАТ «САН ІнБев Україна» та ПрАТ «Оболонь», зменшили свої ринкові частки на 4,40% та 6,02% відповідно. Натомість, ПрАТ «Оболонь», ТзОВ «Перша приватна броварня» збільшили свої ринкові частки на 7,36% та 6,10% відповідно. Ринкова частка інших пивних виробників зросла на 10,19% у 2017 р. порівняно з 2016 р.

Як бачимо, істотних змін у розподілі ринку між компаніями за 2017 р. не сталося, ринок пивоваріння в Україні можна вважати олігопольним, це підтверджує рис. 2.

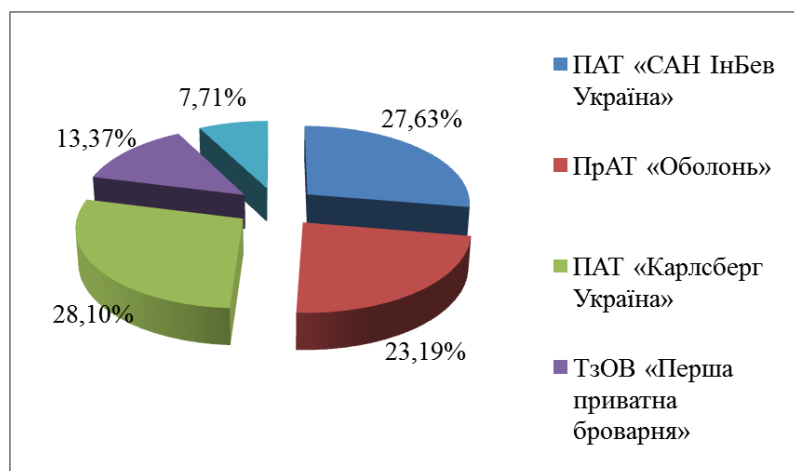


Рис. 2. Структура українського ринку пивоваріння за 2017 р.

Джерело: складено на основі [1]

Як видно з представленої діаграми, у 2017 р. лівова частка припадає на ПАТ «Карлсберг Україна» – 28,10%. Вагомим гравцем на ринку є компанія ПАТ «САН ІнБев Україна», ринкова частка якої становить 27,63%. Ринкова частка вітчизняного виробника ПрАТ «Оболонь» – 23,19%, ТзОВ «Перша приватна броварня» – 13,37%. Інші пивні виробники мають ринкову частку на рівні 7,71%.

Акцентуємо увагу на тому, що протягом 2016–2017 рр. в Україні успішно розвиваються маленькі пивоварні, серед яких: Театр пива «Правда», Collider, «Ципа», Bierwelle, Andrii's Craft Brewery, Varvar, K&F Brewery та ін.

Вищезазначені пивоварні відрізняються з-поміж інших тим, що виробляють пиво з нетрадиційним смаком: зі смаком гарбуза, кропиви, кави або меду. Як правило, у таких пивоварень немає постійного асортименту, управлінці постійно змінюють рецептуру та дизайн упаковки залежно від рівня попиту споживачів.

Щодо тенденцій, які спостерігаються на українському ринку пивоваріння, варто виділити зростання популярності крафтового пива. Знавці крафтового пива стверджують: «Крафтове пиво – це пиво, зварене за класичною технологією з води, солоду та хмелю, але з додаванням у його рецептуру інших інгредієнтів: спецій, трав, ягід, фруктів тощо. Крафтове пиво – це політ фантазії, творчий порив броваря, який його створив» [6].

Досвід західних країн свідчить про те, що ринкова ніша крафтового пива є привабливою для виробників і рентабельною.

Варто відзначити, що впродовж останніх років в Україні збільшується попит на оригінальні пивні напої, так звані beermix. Це напої на основі пива із додаванням різних смаків (вишні, лимону, грейпфруту тощо) міцністю 4,5–5,2%.

Серед процесів, які панують на українському ринку пивоваріння, варто відзначити дії, які застосовують для стимуляції обсягу збуту всі

товаровиробники. До заходів стимулювання попиту належать: знижки за об'ємні упаковки, продаж мультипаків, розіграші фірмових призів тощо. Відзначимо, що через зниження купівельної спроможності українців указані заходи дисконтування не приносять очікуваного ефекту, але підвищують популярність торгової марки та лояльність клієнтів.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведене маркетингове дослідження дає підстави стверджувати, що український ринок пивоваріння є олігопольним, основні лідери на ринку: ПАТ «САН ІнБев Україна», ПАТ «Карлсберг Україна», ПрАТ «Оболонь» та ТзОВ «Перша приватна броварня».

До головних проблем, які стримують розвиток пивоварної галузі в Україні, можна віднести:

- закриття заводів на сході країни через проведення військових дій;
- віднесення пива до групи міцного алкоголю та встановлення акцизу;
- заборона на рекламу пивної продукції;
- введення ліцензування на торгівлю пивними напоями;
- зниження рівня доходів українців;
- підвищення цін на сировину.

Перспективними шляхами розвитку галузі пивоваріння в Україні можемо назвати:

- освоєння сегменту ринку крафтового пива;
- створення рецептури напоїв на основі пива;
- виробництво пивної продукції згідно з європейськими стандартами з метою експортування пива до країн Європейського Союзу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 31.08.2018).
2. Ринок пива припинив падіння вперше за десять років. URL: <http://www.pivnoe-delo.info/2018/02/08/ukraina-rynok-piva-ostanovil-padenie-vpervye-za-10-let/> (дата звернення: 31.08.2018).
3. Яблонська Н., Малацковська О. Сучасні тенденції та проблеми розвитку пивного ринку України. Науковий вісник ОНЕУ. 2014. Вип. 8. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2014_8_24.
4. AB InBev і Efes завершили злиття в Росії та Україні. URL: <http://agravery.com/uk/posts/show/ab-inbev-i-efes-zaversili-zlitta-v-rosii-ta-ukraini> (дата звернення: 31.08.2018).
5. Офіційний сайт Театру пива «Правда». URL: <http://www.pravda.beer/pravda/> (дата звернення: 31.08.2018).
6. Що таке крафтове пиво? URL: <https://pivovarni.com.ua/ua/kak-varit-pivo/kraftovoe-pivo> (дата звернення: 02.09.2018).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658:334.02

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДНИК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДВЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: THEORETICAL ASPECTS AND PRACTICAL REALIZATION IN THE ECONOMY OF UKRAINE

Біла І.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

Насікан Н.І.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
Київський національний лінгвістичний університет

Стаття присвячена теоретичним та практичним аспектам розвитку корпоративної культури як складника соціальної відповідальності бізнесу. Автори визначають зміст корпоративної культури, її етапи та принципи організації на підприємстві. Проаналізовано стан розвитку корпоративної культури в Україні, виділено низку проблем її поширення у вітчизняній економіці. Останнє засвідчує необхідність перебудови українського мислення у бік переходу до посилення ролі особистості, певної відповідальності за себе, свої вчинки, ініціативи в своїй діяльності. У статті пропонуються заходи, спрямовані на розвиток і зміцнення корпоративної культури.

Ключові слова: підприємство, бізнес, корпоративна культура, соціальна відповідальність бізнесу.

Статья посвящена теоретическим и практическим аспектам развития корпоративной культуры как составляющей социальной ответственности бизнеса. Авторы определяют содержание корпоративной культуры, ее этапы и принципы организации на предприятии. Проанализировано состояние развития корпоративной культуры в Украине, выделен ряд проблем ее распространения в отечественной экономике. Последнее свидетельствует о необходимости перестройки украинского мышления в сторону перехода к усилению роли личности, определенной ответственности за себя, свои поступки, инициативы в своей деятельности. В статье предлагаются меры, направленные на развитие и укрепление корпоративной культуры.

Ключевые слова: предприятие, бизнес, корпоративная культура, социальная ответственность бизнеса.

This article is devoted to theoretical and practical aspects of the development of corporate culture as a component of social responsibility of business. The authors determine the content of the corporate culture, its stages and principles of organization in the enterprise. The state of development of corporate culture in Ukraine is analyzed, a number of problems of its distribution in the national economy are highlighted. The latter confirms the need to restructure ukrainian thinking in the direction of the transition to strengthening the role of the individual, a certain responsibility for themselves, their actions, initiatives in their activities. The article proposes measures aimed at the development and strengthening of corporate culture.

Key words: enterprise, business, corporate culture, social responsibility of business.

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність бізнесу як особливий вид суспільних відносин і результат розвитку соціально орієнтованої економічної системи є важливим показником зрілості суспільства. Одним зі складників соціальної відповідальності бізнесу, дієвим внутрішнім джерелом стимулювання їх економічного зростання у сучасних умовах є корпоративна куль-

тура, яку сьогодні передові зарубіжні та вітчизняні підприємства використовують як інструмент інноваційного менеджменту. Динамічний розвиток організацій у мінливому зовнішньому середовищі викликає необхідність постійного моніторингу її стану, тенденцій розвитку та результативності заходів підтримки. Саме тому дослідження корпоративної культури з метою подальшого вдоскона-

лення і посилення її ролі як складника соціальної відповідальності бізнесу набуває надзвичайної актуальності у практичній площині.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика соціальної відповідальності бізнесу є об'єктом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних учених-економістів. Серед відомих дослідників проблематики варто назвати З. Варналія, О. Гришнову, П. Друкера, Е. Карнегі, І. Комарницького, Е. Лібанову, В. Марченко, С. Мельника, Ф. Котлера, В. Осецького, Р. Оуена, М. Портера, Н. Резнік, Т. Самофалова, Т. Смовженко, Н. Супруна, М. Фрідмена та ін. У роботах цих дослідників висвітлено фундаментальні основи сутності, форм прояву соціальної відповідальності бізнесу, доведено її необхідність для ефективного функціонування економіки, розглянуто питання управління соціальною відповідальністю, висвітлено деякі практичні аспекти її розвитку в Україні, запропоновано заходи із впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу у вітчизняній економіці тощо.

Дослідженням сутності корпоративної культури, її структури, принципів формування та ролі в системі стратегічного управління займаються чимало зарубіжних і вітчизняних науковців у галузі менеджменту. Серед них визначальне місце посідають праці таких учених: А. Аверіна, В. Білошапка, М. Виноградського, А. Виноградської, О. Виханського, Ф. Гнибіденко, О. Грішнєвої, К. Журавльова, Г. Захарчиної, Е. Капітонова, Т. Кицака, А. Крилова, О. Кузьміна, Ю. Палехи, Є. Панченко, І. Петрова, В. Співака, А. Черпака, Г. Хаєта, О. Харчишина, В. Яцури та багатьох інших. Окремі аспекти формування корпоративної культури досліджували закордонні вчені І. Ансофф, У. Бреддік, Дж. Зоненфельд та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на значну кількість опублікованих праць та їх наукову цінність, чимало теоретичних та практичних аспектів потребують подальших наукових досліджень. Останнє стосується розгляду корпоративної культури як складника соціальної відповідальності бізнесу з метою посилення її ролі в системі забезпечення ефективного управління.

Отже, основна **мета статті** – дослідити корпоративну культуру як складник соціальної відповідальності бізнесу, її розвиток у вітчизняній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У Стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року зазначено, що під нею варто розуміти добровільну діяльність підприємств, спрямовану на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських відносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу в довго-

строковому періоді. Відповідно до європейської практики соціальна відповідальність бізнесу поширюється на сім напрямів: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика (культура); захист навколишнього природного середовища; співпраця із заінтересованими сторонами: співробітниками, споживачами, акціонерами, громадою, суб'єктами господарювання; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність [8].

З огляду на те, що поняття «корпоративна культура» – відносно нове явище в науці, закономірно, що і трактується воно по-різному, хоча в основі своїй автори мають єдині або близькі погляди. Так, Е. Шейн зазначає, що корпоративна культура – це система колективних базових уявлень, які набуваються групою під час вирішення проблем адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, що довели свою ефективність і тому розглядаються як цінність і передаються новим членам групи як правильна система сприйняття, мислення і відчуття щодо названих проблем [10, с. 31–32]. Автор досить чітко визначає функції корпоративної культури, робить акцент на її двовекторності: спрямованості як на внутрішнє, так і на зовнішнє середовище. У свою чергу, В. Співак розглядає корпоративну культуру як систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, які взаємодіють між собою і є притаманними цій корпорації, відображають її індивідуальність та сприйняття себе та інших у соціальному і матеріальному середовищі та проявляються у поведінці, взаємодії, сприйнятті себе і навколишнього середовища [7, с. 13]. Як бачимо, вченим підкреслюється унікальність культури кожної конкретної організації. Г. Хаєт розуміє цю категорію як систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації та її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників [9, с. 11]. Зазначимо, що дослідником у цьому визначенні виокремлено складники корпоративної культури, але не визначається її роль та призначення в організації. Крім того, Г. Захарчин підкреслює, що корпоративна культура є системою відносин, які склалися в організації на основі прийнятих цінностей, базових уявлень і норм поведінки, необхідних для виконання її місії [2]. Як бачимо, корпоративна культура розглядається як засіб досягнення поставленої місії і має за основу систему відносин.

Узагальнивши різні підходи до визначення сутності корпоративної культури, слід зазначити, що організація має культуру тоді, коли вона має історію, досить тривалу для формування колективних базових уявлень. Будучи сформованими і сприйнятими, вони стають визначальними особливостями організації. Ті організації, що характеризуються високою плинністю кадрів (як рядових працівників, так і керівних) або малозмістовною історією, можуть не виробити колективних уявлень і не сформувати корпоративну культуру.

Слід зауважити, що корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати такі дві ключові проблеми: встановити оптимальні зв'язки підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) і сприяти стабільній та ефективній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція). Впровадження ефективно діючої корпоративної культури на підприємстві можна звести до п'яти етапів:

- аналіз внутрішніх організаційних процесів підприємства;
- аналіз психологічного клімату на підприємстві;
- формування моделі корпоративної культури (визначення місії та основних базових цінностей);
- формування правил поведінки працівників, виходячи з базових цінностей;
- опис традицій та символіки [3, с. 22].

Корпоративна культура є значною конкурентною перевагою, яку неможливо скопіювати, але потрібно формувати. Загальними принципами корпоративної культури визначають:

- принцип соціально-економічного та інтелектуального розвитку – корпоративна культура має орієнтуватися на забезпечення економічного достатку, соціального та інтелектуального розвитку всіх співробітників;
- принцип всеохопленості та системності, який передбачає формування та розвиток корпоративної культури з позиції охоплення нею усіх працівників, явищ, елементів та процесів, що забезпечують діяльність підприємства;
- принцип вимірності та корисності – корпоративна культура має бути корисною як для співробітників, так і для управлінців;
- принцип відкритості та постійного удосконалення, що передбачає орієнтацію корпоративної культури на удосконалення та стабільний розвиток;
- принцип координації, який полягає у тому, що корпоративна культура має забезпечувати порядок у роботі підприємства та координувати поведінку персоналу на підприємстві, а також поза його межами;
- принцип обов'язковості – керівництво компанії має право здійснювати контролювання за дотриманням норм і правил корпоративної культури;
- принцип винагороди, який полягає у забезпеченні однакової та справедливої винагороди працівникам, що дотримуються норм корпоративної культури;
- принцип відповідності чинному законодавству – дії підприємства самостійно мають відповідати вимогам законодавства [3, с. 23].

Корпоративна культура є складником соціальної відповідальності бізнесу, з одного боку, а високий рівень корпоративної культури вважають однією з її цілей, з іншого боку. Корпоративна культура за своєю природою також є соціальною інновацією, оскільки забезпечує соціальні зміни відповідно до вимог інноваційного розвитку бізнесу, а також формує у персоналу мотивацію до ефективної реалізації запланованих змін. За умови,

коли підприємство має чітко сформульовану інноваційну стратегію і неухильно притримується її, управлінці мають можливості скоригувати ситуацію в бік виграшу більшості працівників. Одним із важелів впливу на них є корпоративна культура, яка орієнтує персонал на швидше впровадження змін, а інженерно-технічних працівників – на генерацію ідей [4]. За даними глобального дослідження EY, понад 80% керівників компаній з усього світу вважають, що ефективна корпоративна культура є запорукою успіху бізнесу. Водночас тільки 14% керівників задоволені культурою їхньої компанії. Для більшості керівників у світі (87%) корпоративна культура і залученість персоналу є пріоритетним питанням в управлінні бізнесом [5].

Розвиток практики соціальної відповідальності бізнесу в Україні є досить слабким. У вітчизняній економіці більшість підприємств не мають власної стратегії соціальної відповідальності, незважаючи на наявність певного правового поля (Конституція України, Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року, Закон України «Про соціальний діалог в Україні» та ін.) та реалізацію поодиноких добродійних проєктів.

Корпоративна культура порівняно недавно отримала місце у вітчизняному бізнес-середовищі. Її низький розвиток на рівні бізнесу зумовлює відсутність якісних змін у рівні його соціальної відповідальності в суспільстві. Як правило, переважає декларативність і повчальність, ділова етика та культура поведінки всередині організації та за її межами розглядається у формі повчань і моральних норм, необхідних у бізнесі [4], рівень особистої відповідальності є надзвичайно низьким. З одного боку, персонал підприємства не має ефективних механізмів протидії та соціального спротиву, а з іншого – намагається пристосувати пострадянську соціокультурну традицію до нових трансформацій корпоративної культури. Органи влади, які є активним соціальним суб'єктом, впливають на трансформацію корпоративної культури в Україні та взаємодіють з іншими соціальними суб'єктами як на внутрішньополітичних, так і на зовнішньополітичних комунікативних рівнях [1, с. 44–45].

Інститут корпоративної культури існує, як правило, на великих вітчизняних підприємствах; підприємствах, які працюють на фінансовому ринку; підприємствах із іноземним капіталом. На більшості підприємствах працівник досі залишається лише статтею витрат, а не цінним ресурсом успішності введення бізнесу. Основними перешкодами розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах є такі:

- значний вплив минулого досвіду тоталітарного режиму, основою якого були адміністративні методи управління бізнесом;
- спрямованість бізнесу на швидкі методи отримання прибутку, а не на довгостроковий результат;
- небажання підприємців рахуватися з інтересами та цінностями працівників;

- опір керівництва і персоналу новим змінам та інноваціям;
- значна дистанція між керуючою ланкою та працівниками компанії, відсутність між ними налагоджених комунікацій [6];
- поверхове вивчення позитивного досвіду розвитку корпоративної культури в розвинених країнах світу, з одного боку, та іноді, з іншого боку, сліпе перенесення західних технологій корпоративної культури без урахування менталітету й особливостей розвитку вітчизняної економіки;
- слабе використання новітніх методів стимулювання праці персоналу і практична відсутність соціальних програм для працівників підприємств;
- недостатнє усвідомлення важливості бізнесу для розвитку економіки, несформованість раціональних способів поведінки господарюючих суб'єктів, що підвищує їхню фінансову нестабільність та спрямованість наявних стратегій поведінки на виживання.

Необхідними умовами забезпечення високого рівня корпоративної культури в Україні є перебудова українського мислення у бік переходу до посилення ролі особистості, певної відповідальності за себе, свої вчинки, ініціативи в своїй діяльності. Найдоцільнішим, на думку Т.Г. Кицака та І.Ф. Коваленко, є творчий синтез світового досвіду з урахуванням розробок вітчизняної економічної думки, досягнень і перевірених на практиці ідей економічної науки радянського періоду, історичних особливостей української бізнесової та корпоративної культури, її унікальності та самобутності [44].

Висновки. Отже, основними заходами, спрямованими на розвиток і зміцнення корпора-

тивної культури як складника соціальної відповідальності бізнесу, є:

- заохочення ініціативи співробітників, сприяння їхньому творчому розвитку з метою підвищення інноваційності діяльності компанії;
- широке залучення персоналу до прийняття рішень та їх реалізації, що забезпечить почуття участі, цінності кожного робітника та підвищить віддачу від його праці;
- забезпечення працівників соціальним пакетом у межах реалізації соціальних програм;
- розроблення стандартів поведінки та правил для кожної посади;
- проведення різноманітних заходів соціокультурної сфери з метою підвищення корпоративного духу та формування корпоративних традицій;
- заохочення та винагорода кращих співробітників компанії;
- створення корпоративного кодексу, публікація корпоративних видань;
- створення внутрішнього порталу компанії з інформацією про співробітників та можливістю спілкування, внесення пропозицій тощо [6];
- зміцнення суспільної свідомості щодо цінності корпоративної культури для розвитку вітчизняного бізнесу, формування активної соціальної позиції підприємців і співробітників тощо.

Ефектом від розвитку корпоративної культури у вітчизняному бізнесі має стати налагодження взаємозв'язків між всіма рівнями управління, відчуття причетності персоналу до загальної справи, емоційний підйом щодо роботи та планів на майбутнє, що значно підвищило би продуктивність його роботи та спряло б досягненню мети підприємницької діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бондаренко О.В. Умови й чинники трансформації української корпоративної культури / О.В. Бондаренко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2013. Вип. 58. С. 38–46.
2. Захарчин Г.М. Теорія та методологія формування і розвитку організаційної культури машинобудівного підприємства [Текст]: [монографія] / Г.М. Захарчин. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2011. 384 с.
3. Зеліч В.В. Роль та місце корпоративної культури та її вплив на розвиток підприємства / В.В. Зеліч // Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 6. С. 21–25.
4. Кицак Т.Г. Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах / Т.Г. Кицак, І.Ф. Коваленко // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2014. № 1. С. 171–177. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvtp_2014_1_27.
5. Михеєв А. Якою буде корпоративна культура майбутнього? URL: <https://www.ey.com/ua/uk/newsroom/pr-activities/articles/ey-article-mykheiev-anton-4-january-2018>.
6. Печенка О.І. Корпоративна культура як інструмент конкурентоспроможності вітчизняних підприємств / О.І. Печенка, К.Ю. Величко, Ю.О. Боюнець // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип. 1(2). С. 188–194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2012_1%282%29_29.
7. Спивак В.О. Корпоративная культура. Теория и практика / В.О. Спивак. СПб.: Питер, 2001. 352 с.
8. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. URL: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.
9. Хаєт Г.Л., Єськов О.Л. Корпоративна культура: монографія / Г.Л. Хаєт, О.Л. Єськов, С.В. Ковалевський, О.А. Медведєва, В.І. Кулійчук, Е.В. Яшина. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.
10. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. [3-е изд.]. СПб.: Питер, 2007. 336 с.

КІБЕР-РИЗИКИ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ СУЧАСНИХ РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

CYBER RISKS AS ONE OF THE MODERN RISKS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS AND THEIR MANAGEMENT

Віннікова І.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Марчук С.В.

асистент кафедри менеджменту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

Статтю присвячено дослідженню сутності кібер-ризиків та їх ролі для організацій малого та середнього бізнесу. Вивчено вітчизняний та зарубіжний досвід кібер-ризиків. Виділено основні ознаки, за якими було згруповано кібер-ризиків. Узагальнено класифікацію кібер-ризиків. Розглянуто наслідки для організацій малого та середнього бізнесу від настання кібер-ризиків. Доведено, що найбільшою проблемою для малого та середнього бізнесу, з огляду на стрімкий розвиток інформації, інформаційних та комп'ютерних технологій, є кібер-ризиків, в результаті чого організації несуть грошові втрати.

Ключові слова: ризик, кібер-ризиків, кібер-атаки, кібер-інциденти, управління кібер-ризиками.

Статья посвящена исследованию сущности кибер-рисков и их роли для организаций малого и среднего бизнеса. Изучен отечественный и зарубежный опыт кибер-рисков. Выделены основные признаки, по которым были сгруппированы кибер-риски. Обобщена классификация кибер-рисков. Рассмотрены последствия для организаций малого и среднего бизнеса от наступления кибер-рисков. Доказано, что самой большой проблемой для малого и среднего бизнеса, учитывая стремительное развитие информации, информационных и компьютерных технологий, являются кибер-риски, в результате чего организации несут денежные потери.

Ключевые слова: риск, кибер-риски, кибер-атаки, кибер-инциденты, управление кибер-рисками.

The article is devoted to the study of the essence of cyber-risk and its role for organizations of small and medium-sized businesses. We studied the domestic and foreign experience of cyber-risk. Identified the main features for which cyber- risks were aggregated. A review of the classification of cyber-risks. The consequences for small and medium-sized businesses from cyber-risk were considered. It has been proved that the biggest problem for small and medium-sized businesses, considering the rapid development of information, information and computer technologies, are cyber-risks, as a result of this organizations lose money.

Key words: risk, cyber risk, cyber-attack, cyber incidents, cyber-risk management.

Постановка проблеми. Розвиток сучасної економіки потребує реалізації всього потенціалу інформаційних технологій, за допомогою яких у найкоротші терміни можливо задовольнити потреби внутрішнього і зовнішніх ринків.

Щодня людство виробляє 2,5 ексабайта інформації, при цьому обсяг бізнес-даних подвоюється кожні 14 місяців. «Розумні» пристрої та нові послуги можуть бути причиною непередбачених наслідків та загроз.

Організації малого та середнього бізнесу стають усе більш залежними від інформаційних систем, що робить їх уразливими для кібер-ризиків: витоку даних внаслідок кібератак і комп'ютерних вірусів, втрати даних через людський фактор або збої у роботі носіїв інформації.

Кібер-ризиків пов'язані з використанням комп'ютерного обладнання та програмного забезпечення як у місцевих (локальних) мережах, так і в глобальній інтернет-мережі; в розрахунково-платіжних системах, системах інтер-

нет-торгівлі, промислових системах управління; а також ризик пов'язаний із накопиченням, зберіганням і використання особистих даних.

Кібер-ризиків можуть призводити до прямих та непрямих грошових втрат в організаціях малого та середнього бізнесу. В першому випадку можна легко виміряти збитки в грошовому еквіваленті. В другому випадку необхідно залучати експерта або фахівця для якісної оцінки величини збитків в організації.

На міжнародному економічному форумі в 2015 році кібер-ризиків названі одними з ключових комерційних ризиків, оскільки наслідки втрати даних можуть бути катастрофічними для бізнесу.

Можна вважати, що найбільшою проблемою для малого та середнього бізнесу, з огляду на стрімкий розвиток інформації, інформаційних та комп'ютерних технологій, є кібер-ризиків.

Тому питання класифікації та управління кібер-ризиками набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань кібер-ризиків присвячено праці таких учених, як В.П. Братюк [1], Е.Д. Семенова [2], С. Волосович [3], Ю. Кожедуб [4].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Глобальне бізнес-середовище та інтернет разом із величезними діловими можливостями та вигодами посилюють ймовірність кібер-загроз та кібер-ризиків для організацій. За даними Європейської Комісії [1, с. 26], сьогодні на планеті понад 9 млрд. електронних пристроїв, які підключені до глобальної мережі, а до 2020 р. експерти прогнозують зростання їх кількості до 24 млрд. одиниць. Отже ймовірність кібер-ризиків щоденно зростає. Дослідженням питань кібер-ризиків присвячено праці вітчизняних та закордонних учених. Однак, незважаючи на кількість опублікованих праць та їхню наукову цінність, відсутнє чітке розуміння сутності кібер-ризиків, не визначено вплив кібер-ризиків на діяльність малих та середніх підприємств, відсутній комплексний аналіз кібер-ризиків.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення теоретичних положень, обґрунтованих закордонними та вітчизняними науковцями для зменшення грошових втрат організацій малого і середнього бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. В останні кілька років суттєво збільшилася кількість кібер-атак на світові та українські організації. Метою хакерів стають не тільки державні інститути і підприємства, а й приватний сектор (малий та середній бізнес), адже комп'ютерні системи, які використовують у своїй діяльності організації малого та середнього бізнесу, є уразливими та мають багато прогалин. Щодня тисячі малих підприємств в усьому світі піддаються кібер-атакам. Крадіжки намагаються вкрати інформацію та гроші, або втрутитися в бізнес. Наприклад, лише у Великій Британії в 2014 році 60% організацій малого бізнесу відчули вплив

кібер-ризиків (пережили кібер-атаки, в результаті яких втратили приблизно від 65000 фунтів стерлінгів до 115 000 фунтів стерлінгів) [5].

Згідно із звітом про ризики кібербезпеки Cybersecurity Venturesreport, до 2019 року бізнес у світі буде стикатися з атаками кожні 14 секунд. До 2021 року збитки від загроз кібербезпеки будуть оцінюватися в 6 трлн дол. Крім збільшення кількості кібератак, буде зростати й рівень складності кіберзлочинів [6].

Кібер-інциденти продовжують рух угору в рейтингу і зараз є другим за важливістю ризиком для компаній усього світу (40%) в цьому рейтингу [7]. З огляду на мінливу природу кібер-ризиків, а також зростання числа кібер-інцидентів, ризик займає один із верхніх рядків серед найважливіших ризиків у світі. Такими є ключові висновки Барометра ризиків Allianz, щорічно публікується Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS). Звіт ґрунтується на думці 1911 експертів із ризик-менеджменту з 80 країн світу [7].

А лише п'ять років тому кібер-ризиків знаходився лише на 15 місці. Такі загрози, як порушення даних, хакерські атаки або ж перерви у виробництві внаслідок кібер-інциденту підтверджують, що це є головним ризиком для бізнесу на Американському континенті і другим за значущістю ризиком у Європі та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні.

Кібер-ризиків є найбільш недооціненими ризиками в довгостроковій перспективі в Україні.

Яскравим прикладом цього є те, що у 2017 році під час кібератаки вірусу Petya постраждали понад 1500 компаній, а 13 тис комп'ютерів були заражені. За рік український бізнес втратив від кібератак мільярди гривень.

Нами проведено аналіз даних щодо кібер-ризиків, вплив яких відчували організації малого та середнього бізнесу в 2017 році як в Україні, так і в світі (таблиця 1) [8].

За результатами опублікованих наукових та практичних робіт фахівців, а також даних таблиці 1 ми згрупували кібер-ризиків за такими ознаками, як: 1) втрата або крадіжка носіїв інформації та мобільних пристроїв; 2) доступ сторонніх осіб до конфіденційної інформації за допомогою вразливих хмарних сховищ; 3) ненавмисне розголошення співробітниками конфіденційної інформації; 4) навмисні дії співробітників (інсайдерів); 5) неконтрольоване копіювання даних співробітниками. На основі перелічених ознак нами було складено узагальнену класифікацію кібер-ризиків, яку зображено на рис. 1.

Отже, кібер-шантаж, фішингові атаки, зломи особистих пристроїв і крадіжка даних – це сучасні ризиків для діяльності малих та середніх підприємств. Часто малий та середній бізнес вважають більш легкою мішенню порівняно з великими компаніями. За даними компанії Symantec, 75% організацій малого та середнього бізнесу стали жертвами фішингових атак. Серед великих компаній постраждало тільки 35%.

Таблиця 1

Топ-10 кібер-ризиків у 2017 році

№ з/п	Назва	
1.	Petya	програма-вимагач, яка шифрує дані
2.	Blueborne	вразливість – у протоколі Bluetooth
3.	NotPetya	програма, яка знищує дані на ПК
4.	Wannacry	програма-шифрувальник, що вимагає викуп за дешифрування
5.	KRACK	критична уразливість мереж Wi-Fi
6.	EternalBlue	програма для одержання віддаленого доступу до системи
7.	Bad rabbit	вірус-шифрувальник, розроблений для ОС сімейства Windows
8.	Loki / Locky	Android-шкідливий / шифрувальник Windows
9.	Reaper	вірус, спрямований на IoT-пристрої
10.	Критична вразливість у доступі під root користувачем в MacOS	

Джерело: розроблено авторами на основі [8]

У світлі зростання кількості і серйозності цього питання організації малого та середнього бізнесу змушені внести до свого списку ще одну небезпеку для бізнесу, на яку раніше закривали очі, – це кібер-ризик.

Якщо великі організації зазнають величезних збитків від кібер-ризиків, але виживають, то організації малого та середнього бізнесу можуть поплатитися своїм існуванням: приблизно 60% з них закриються протягом півроку після втрати даних.

Організації малого та середнього бізнесу можуть мати корисну для хакера інформацію; комп'ютер може бути зламаний та використаний для атаки когось іншого; або бізнес може забезпечити доступ до цілей більш високого профілю через свої товари, послуги або ролі в ланцюжку постачання. Загальний негативний ефект від кібер-ризиків також може включати втрату прибутку, неможливість отримати банківський кредит, пошкодження інформаційної системи, зниження продуктивності, втрату репутації проміж клієнтів. На жаль, у цьому відношенні організації малого та середнього бізнесу часто мають більше втрачати, ніж великі підприємства, тому що кібер-атака буває надзвичайно коштовною.

Настання кібер-ризиків для організацій малого та середнього бізнесу приводить до наслідків, які наведені в таблиці 2.

Настання кібер-ризиків для організацій малого та середнього бізнесу приводить до наслідків, які наведені в таблиці 2.

На жаль, більшість як закордонних, так і вітчизняних власників малого та середнього бізнесу вважають, що кібер-злочинці націлюються тільки на великі підприємства з великим товарообігом і великою клієнтською базою даних. Але, незважаючи на те, що великі глобальні організації – це перше, що спадає на думку, коли йдеться про кіберзлочинність, ніхто сьогодні не захищений від хакерських атак.

Проведене британськими дослідниками анкетування стосовно репутації малого бізнесу і кібер-ризиків довело, що 58% клієнтів у разі виникнення інциденту з меншою

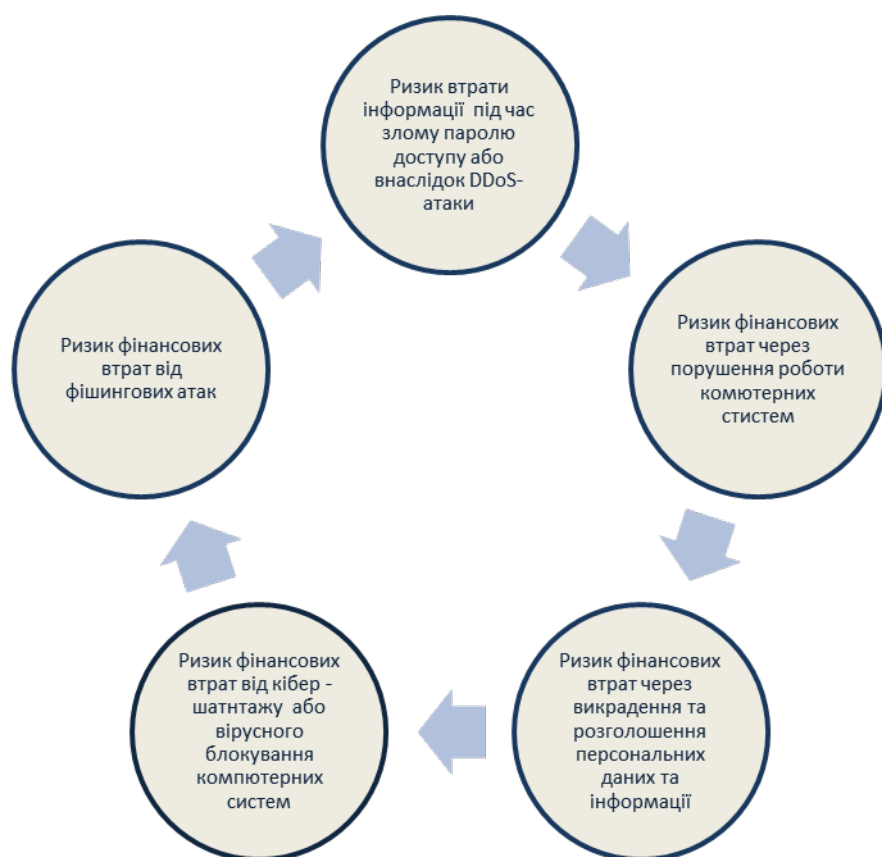


Рис. 1. Узагальнена класифікація кібер-ризиків

Джерело: узагальнено авторами на основі [7-9]

Таблиця 2

Наслідки для організацій малого та середнього бізнесу від настання кібер-ризиків

Вплив на малий та середній бізнес	Збиток
Припинення або уповільнення бізнес-процесів	Втрата клієнтів та прибутку
Втрата конкурентної переваги	
Збиток для бренду та втрата репутації	Зниження вартості бізнесу
Судові розгляди та позови	Витрати на усунення наслідків, штрафи і санкції регулюючих органів

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

ймовірністю використовували би послуги компанії, а 89% постраждалих організацій малого та середнього бізнесу повідомили про 30-відсоткові втрати клієнтів.

Такі наслідки змусили бізнес і державу звернути пильну увагу на питання кібербезпеки, але, на жаль, інвестувати в захист на постійній основі поки готові одиниці. З огляду на все вищенаведене з 25 травня 2018 року набрав чинності Загальноєвропейський регламент про захист персональних даних (англ. GDPR – General Data Protection Regulation). GDPR погоджує стандарти захисту даних в межах ЄС, а діяльність тих, хто не прислухається до попередження, може бути підірвана штрафами Ради зі стандартів безпеки даних індустрії платіжних карт (англ. PCI SSC – Payment Card Industry Security Standards Council).

Регламент є загальнообов'язковим документом без необхідності імплементації його норм у національне законодавство кожної країни-учасниці. Норми Регламенту є нормами прямого дії. Найбільше потрібно зосередитися на тих компаніях, які організовують свою діяльність у сфері інформаційних технологій та здійснюють її через всесвітню мережу Інтернет, оскільки їхня діяльність більшою мірою пов'язана з персональними даними, ніж діяльність будь-яких інших компаній. Порушення норм регламенту передбачає штраф у розмірі до 20 млн євро або до 4% від річного обороту компанії [10].

При цьому більшість представників бізнесу як у Європі, так і в Україні почали усвідомлювати, що з розвитком технологій ризику від кібер-загроз будуть тільки підвищуватися.

Для зменшення кібер-ризиків і оптимізації нових можливостей організації малого та середнього бізнесу мають бути захищеними, пильними і гнучкими.

Як свідчить світова практика, для ефективного захисту даних організації малого та середнього бізнесу повинні дотримуватися розподіленої інфраструктури та резервного копіювання. Відомо, що будь-які дані, що зберігаються в одному місці, можуть бути втрачені – це лише питання часу. Резервне копіювання значно скорочує простоювання системи в разі втрати даних, кібератак або технічних неполадок, а розподілена інфраструктура ефективно усуває ризик недоступності.

Також для організації малого та середнього бізнесу є важливим розуміння того, яку

саме інформацію необхідно захищати. Фахівці компанії «Ернст енд Янг» (YE) виділяють такі види інформації, яка потребує захисту від кібер-загроз: 1) економічна (інформація щодо видів продукції чи послуг; статистика обсягів продажів; фінансові транзакції; звітність до її офіційної публікації; прогнози виробництва; інформація щодо заробітної платні); 2) персональна інформація (номери кредитних карток; паспортні дані; ідентифікаційні номери; інформація для доступу в системи – логіни, паролі, ключі, налаштування); 3) інформація про споживачів і клієнтів (реєстри клієнтів; реквізити партнерів; реєстри потенційних клієнтів); 4) ділова інформація (постанови, які видані регулюючими органами щодо роботи бізнесу; інтелектуальна власність; проектна документація) [11].

Малий та середній бізнес має постійно підтримувати свою основну безпеку можливості захисту від загроз та дотримуватися галузевих комп'ютерних стандартів і правил. Потрібно встановити можливості для виявлення кіберпорушень і передбачення нових загроз. Треба розвинути здатність реагувати на неминучі кібератаки і повернення до звичайних операцій якомога швидше. Головним складником у цьому питанні, на наш погляд, може стати управління кібер-ризиком організацій малого та середнього бізнесу, яке повинно включати комплекс таких дій: 1) навчання і підготовка користувачів з метою підвищення їх інформованості;

2) розроблення процедур управління IT-інцидентами, в тому числі процедур реагування та ліквідації наслідків їх виникнення; 3) розроблення керівництва з кібербезпеки (воно повинно містити найкращі практики кібербезпеки, які організації малого та середнього бізнесу очікують від співробітників. Доцільно включити процедури забезпечення безпеки працівників, постачальників та клієнтів. Політика в галузі кібербезпеки повинна містити також протоколи, яких працівники повинні дотримуватися у разі порушення); 4) використання процедур захисту від шкідливих програм; контроль використання змінних носіїв інформації; 5) до цього комплексу з управління кібер-ризиком можливо додати страхування кібер-ризиків.

Висновки. Отже, кібер-ризики сьогодні виходять далеко за межі крадіжки і шахрайства, що включає втрату конкурентної переваги внаслідок вкраденого інтелектуального

майна, втрату клієнта чи бізнесу, довіри партнера та загальний збиток для репутації та бренду організацій малого і середнього бізнесу. Складність кібер-ризиків в Україні та світі, на жаль, у подальшому буде тільки зростати. Більше підключених пристроїв, більше джерел даних, більше автоматизації процесів, сторонні стосунки створюють нові можливості для кібер-атак та інцидентів.

Як кібер-інциденти, так і пов'язані з ними витрати продовжують зростати, зростає й усвідомлення того, що 100% безпека від них є неможливою в сучасних умовах.

Організацій малого та середнього бізнесу сьогодні повинні вкладати кошти в обґрунтовані заходи контролю безпеки для захисту своїх найважливіших активів від кібер-ризиків.

Певні комплексні дії можуть допомогти організаціям малого та середнього бізнесу знизити ці ризики та втрати від них.

Всі ці дії можна об'єднати в одне комплексне поняття «управління кібер-ризиком» яке не є одно-разовим рішенням. Це поточний шлях (комплекс дій) для керівників малих та середніх підприємств.

Управління кібер-ризиком стає стратегічним імперативом, який має глибокий характер та наслідки для загальної продуктивності організацій малого та середнього бізнесу.

Управління кібер-ризиком зосереджується на оцінці загроз, потенційному впливі та вразливості малих і середніх підприємств.

Управління кібер-ризиками нерозривно пов'язане зі здатністю організацій малого та середнього бізнесу вести свій бізнес ефективно.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Братюк В.П. Сутність кібер-злочинів та страховий захист від кібер-ризиків в Україні / В.П. Братюк // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 9. С. 421–427. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_9_54.
2. Семенова Е.Д. Становление нового цифрового мира и проблемы менеджмента кибер-рисков [Текст] / Е.Д. Семенова, К.И. Тарасова // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 3. С. 236–244. URL: <http://10.21272/mmi.2017.3-22>.
3. Волосович С. Детермінанти виникнення та реалізації кібер-ризиків / С. Волосович, Л. Клапків // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2018. № 3. С. 101–115.
4. Кожедуб Ю. Аналіз документів з керування ризиком кібербезпеки. Information Technology and Security. 2017. Vol. 5. No 1. С. 82–95.
5. Small businesses: What you need to know about cyber security. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/412017/BIS-15-147-small-businesses-cyber-guide-March-2015.pdf.
6. Global Cyber Security Industry 2018-2022. URL: https://www.reportlinker.com/market-report/Cybersecurity/517851/Cyber-Security?utm_source=adwords&utm_medium=cpc&utm_campaign=Transportation&utm_adgroup=Cybersecurity_Reports&gclid=EALalQobChMlrqvcM5nq3AIVx44YCh39Ww5eEAAYASAAEgKx6vD_BwE.
7. Барометра ризиків Allianz. URL: <https://www.agcs.allianz.com>.
8. В. Якушев. Кібербезпека-2018: чого чекати бізнесу? URL: <https://mind.ua/openmind/20180414-kiberbezpeka-2018-chogo-chekati-biznesu>. Global Economic Forum, The Global Risks Report 2017. 12th Edition. URL: <http://wef.ch/risks2017>.
9. 5 ways to make global e-commerce easier for everyone. December, 2017. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/12/e-commerce-trade-wto-growth-opportunity>.
10. GDPR. URL: <https://www.olans.com.ua/novij-reglament-yes-pro-personalni>.
11. Посилення цифрового середовища проти кібер-загроз. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/pwc-2018-gsiss-strengthening-digital-society-against-cyber-shocks-ukr.pdf>.

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT AS FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Махмудов Х.З.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедрою підприємництва і права,
Полтавська державна аграрна академія

Коваленко М.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
Полтавська державна аграрна академія

Горбатюк Л.М.

здобувач,
Полтавська державна аграрна академія

Чаплянська В.С.

магістр,
Полтавська державна аграрна академія

У статті висвітлено основні напрями формування людського капіталу як фактора підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств. Проаналізовано витрати на сферу освіти, охорони здоров'я України, охарактеризовано основні джерела їх фінансування. Досліджено залежність між показниками вартості людського капіталу та економічного розвитку.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, людський капітал.

В статье отражены основные направления формирования человеческого капитала как фактора повышения конкурентоспособности предприятий. Проанализированы расходы на сферу образования, здравоохранения Украины, охарактеризованы основные источники их финансирования. Исследована зависимость между показателями стоимости человеческого капитала и экономического развития.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность предприятия, человеческий капитал.

The article outlines the main directions of human capital formation as a factor for increasing the competitiveness of enterprises. The expenditures on education, healthcare of Ukraine are analyzed, the main sources of their financing are described. The dependence between the indicators of human capital cost and economic development is investigated.

Key words: competition, enterprise competitiveness, human capital.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств, що характеризуються загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств. Умови формування ринкових відносин в Україні потребують пошуку ефективних засобів виживання підприємств та забезпечення їхнього функціонування. В Україні для підвищення конкурентних позицій необхідно впровадити інноваційні технології, що потребує підвищення якості людського капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Вагомий внесок у розвиток людського капіталу зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Г. Беккер, О. Гріншова, Я. Мішер, Г. Назарова, Т. Шульц та інші. Результати дослідження людського капіталу як одного з визначальних чинників економічного зростання висвітлені в працях О. Бородіної, П. Макаренка, Н. Гвоздик, М. Коденської, С. Міхньова, Е. Лібанова, Л. Курило, Н. Степаненко, О. Пудри.

Метою статті є аналіз основних вкладень в людський капітал, джерел фінансування та їх впливу на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Конкуренція – одна з головних рис ринкового господарства, коли між собою конкурують товари, товаровиробники, галузі, країни. Люди з їхніми вміннями, здібностями, інтелектом, науковими знаннями та можливостями забезпечують впровадження новітніх інформаційних технологій на підприємствах. Формування людського капіталу здійснюється за допомогою доцільних вкладень у людину, що можуть бути оцінені в грошовій або іншій формі та сприяють зростанню продуктивності й підвищенню доходів людини. Важливими напрямками вкладень у розвиток людини є: освіта (дошкільна, початкова, середня, професійно-технічна, вища, а також продовження освіти дорослих, що включає набуття досвіду працівником та підвищення його кваліфікації на виробництві, що сприяє самовдосконаленню, отриманню нових знань та самовихованню гуманітарних складників людського капіталу); охорона здоров'я в широкому розумінні, включаючи витрати, які сприяють фізичному розвитку людини, продовженню тривалості життя, зміцненню імунітету [1, с. 38–39].

Витрати на освіту й охорону здоров'я людини в Україні забезпечуються відповідними державними цільовими програмами. Також джерелами інвестицій у розвиток людини можуть бути власні заощадження сім'ї, благодійні фонди, кошти підприємств і підприємців, меценатство.

Згідно зі статистичними даними, обсяги фінансування сфери освіти в Україні про-

тягом 2015–2017 років збільшилися на 63 562 млн. грн (55,4%). Частка витрат на освіту у загальній структурі витрат протягом досліджуваного періоду не змінювалася і становила 16,8%. Найбільшу частку у структурі витрат на освіту займають витрати на загальну середню освіту – 47,4%, найменшу – на професійно-технічну – 4,6% (табл. 1).

Кількість студентів у вищих навчальних закладах в Україні протягом 2013 – 2016 років зменшилася на 6,1%. Проте питома вага студентів, які навчаються за рахунок державного бюджету, збільшилася. У 2016–2017 навчальному році цей показник становив 46,2%, що на 1,7 в.п. перевищує показник 2014–2015 навчального року. Відповідно, спостерігається зменшення питомої ваги студентів, які навчаються за рахунок власних коштів, на 1,4 в.п. (табл. 2).

Велике значення для розвитку людського капіталу має сфера науки, соціальний інститут, який забезпечує накопичення знань, а також їх використання у практичній діяльності.

Обсяг фінансування витрат в Україні на виконання наукових та науково-технічних робіт у 2016 році за рахунок державного бюджету зменшився і становив 3700,8 млн. грн, його частка в загальному обсязі фінансування у цьому ж році становила 45,2%. Протягом 2014–2016 років спостерігається збільшення фінансування витрат на виконання наукових робіт за рахунок коштів організацій підприємницького сектору на 1741,9 млн. грн, або 11,1 відсоткових пункти.

Таблиця 1

Фінансування сфери освіти в Україні і у Полтавській області в 2015–2017 рр., млн. грн

Показники	Рік			2017 р. у % до 2015 р.
	2015	2016	2017	
Всього витрат в Україні, з них	679871,4	835832,1	1056759,9	155,4
на освіту	114193,5	129437,7	177755,7	155,7
у % до всього витрат	16,8	15,5	16,8	х
у тому числі дошкільну	18142,2	20115,5	28207,2	155,4
загальну середню	49668,3	56532,0	84346,3	169,8
професійно-технічну	6171,2	6182,3	8278,9	134,1
вищу	30981,8	35233,6	38681,1	124,8

Джерело: розраховано автором на основі даних [2, с. 11]

Таблиця 2

Чисельність студентів ВНЗ України за джерелами фінансування їх навчання, 2014–2017 рр.

Показники	2014/2015 н.р.		2015/2016 н.р.		2016/2017 н.р.		2017 р. у % до 2014 р.
	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%	
Всього студентів, тис. осіб	1689,2	100	1605,3	100	1586,7	100	93,9
у тому числі навчаються за рахунок державного бюджету	751,1	44,5	732,0	45,6	732,9	46,2	94,5
місцевого бюджету	82,1	4,9	79,4	4,9	73,6	4,6	96,0
органів державної влади	10,3	0,6	10,2	0,6	9,6	0,6	78,2
власних коштів	845,6	50,0	783,6	48,9	770,6	48,6	81,7

Джерело: розраховано за даними [2, с. 18]

Найбільшу частку у структурі джерел фінансування наукових робіт у 2016 році займають кошти: державного бюджету – 32,1%, організацій підприємницького сектору – 29,2% та іноземних держав – 22,1% (табл. 3). У 2016 році загальний обсяг витрат на виконання наукових досліджень і розробок власними силами організацій становив 11 530,7 млн. грн, у тому числі витрати на оплату праці – 5751 млн. грн, інші поточні витрати – 5203,7 млн. грн, капітальні витрати – 576 млн. грн, з них витрати на придбання устаткування – 487,6 млн. грн [3, с. 56].

Питома вага загального обсягу витрат у ВВП становила 0,48%, у тому числі за рахунок коштів державного бюджету – 0,16%. За даними 2015 року, частка витрат на науково-дослідні роботи у ВВП країн ЄС у середньому становила 2,03%. Більшою за середню частка витрат на дослідження та розробки була у Швеції (3,26%), Австрії (3,07%), Данії (3,03%), Фінляндії (2,90%),

Бельгії (2,45%). Найменша – у Кіпрі, Румунії, Латвії (від 0,46% до 0,77%) [3, с. 56].

У 2016 році 19,3% від загального обсягу витрат спрямовані на виконання фундаментальних наукових досліджень, які майже на 92% профінансовано за рахунок коштів бюджету. На виконання науково-технічних розробок спрямовано 58,5% загального обсягу витрат, які на 37,4 % профінансовано організаціями підприємницького сектору, 34% – іноземними коштами та 13,5% – за рахунок власних коштів [3, с. 56].

Головним чинником розвитку системи охорони здоров'я є показники фінансування та стабільність джерел надходження коштів. Загальні витрати на охорону здоров'я в Україні протягом досліджуваного періоду щорічно збільшувалися та у 2016 році становили 155,2 млрд. грн (табл. 4).

Протягом досліджуваного періоду збільшився обсяг витрат на охорону здоров'я у розрахунку на душу населення на 1531 грн, або на 73%.

Таблиця 3

Джерела фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт в Україні, 2014–2016 рр. млн. грн

Показники	Рік			2016 р. у % до 2014 р.
	2014	2015	2016	
Усього	8995,9	11001,9	11530,7	128,2
Кошти бюджету	3751,0	3992,2	3910,8	104,3
у % до всього	41,7	36,3	33,9	х
з них: державного бюджету	3704,3	3915,3	3700,8	99,9
у % до всього	41,2	35,6	32,1	х
Власні кошти	872,0	2783,3	1146,0	131,4
у % до всього	9,7	25,2	10,0	х
Коштів організацій державного сектору	318,0	281,6	361,5	113,7
у % до всього	9,7	2,5	3,1	х
Коштів організацій підприємницького сектору	1627,6	1713,4	3369,5	207,0
у % до всього	18,1	15,6	29,2	х
Кошти організацій сектору вищої освіти	5,4	3,7	7,3	135,2
Кошти приватних некомерційних організацій	10,0	0,1	2,7	287,4
Кошти іноземних джерел	2315,8	2077,6	2550,3	110,1
у % до всього	25,7	18,9	22,1	х
Кошти інших джерел	95,8	150,0	182,3	190,3

Джерело: розраховано автором за даними [3, с. 56–57]

Таблиця 4

Фінансування галузі охорони здоров'я в Україні, 2012 –2016 рр.

Показники	Роки					2016 р. у % до 2012 р.
	2012	2013	2014	2015	2016	
Загальні витрати на охорону здоров'я, млн. грн	95713	108947	115757	117754	155219	162,2
у розрахунку на душу населення, грн	2099	2392	2548	2743	3630	173,0
Загальні витрати на охорону здоров'я у % від ВВП	7,09	7,47	7,60	7,42	7,81	0,72
Частка державних витрат на охорону здоров'я в загальних видатках Зведеного бюджету, %	12,7	12,7	12,9	11,7	11,2	–1,5

Джерело: розраховано автором за даними [4]

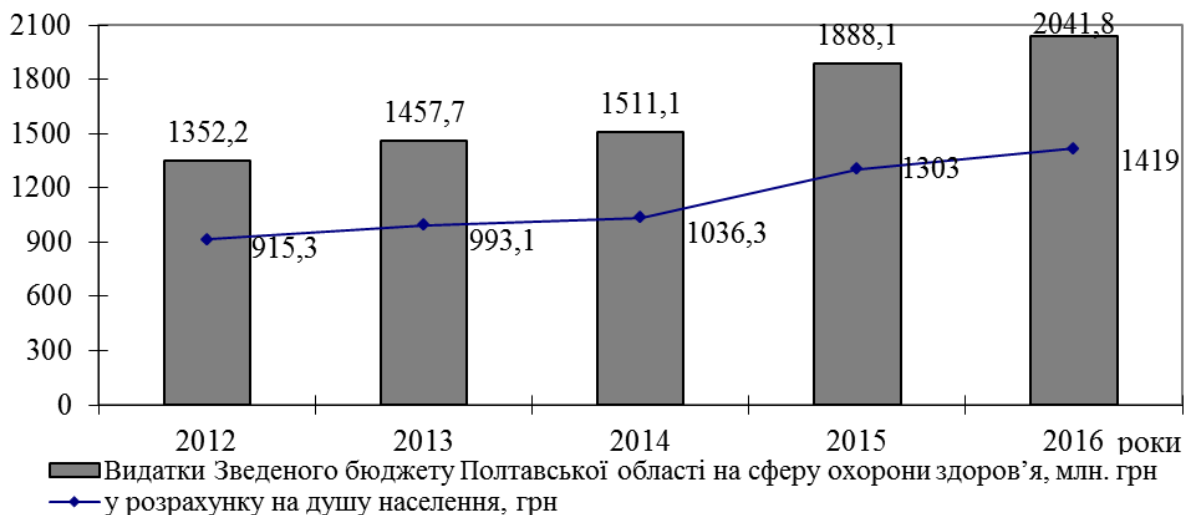


Рис. 1. Видатки Зведеного бюджету Полтавської області на сферу охорони здоров'я Полтавської області, 2012–2016 рр., млн. грн

Джерело: дані Департаменту охорони здоров'я Полтавської обласної адміністрації

Порівнюючи показники національної економіки, слід зазначити, що у 2011 році Україна витратила 7,0% валового внутрішнього продукту на охорону здоров'я, у 2013 р. – 7,47%, у 2014 р. – 7,60%, у 2015 р. – 7,42%, у 2016 р. – 7,81%.

Розглянемо загальні видатки Зведеного бюджету Полтавської області на сферу охорони здоров'я (рис. 1).

Аналіз рис. 1 свідчить, що загальні видатки Зведеного бюджету Полтавської області на сферу охорони здоров'я у 2012 році становили 1352,2 млн. грн., щорічно збільшувалися до 2041,8 млн. грн у 2016 році, або на 51%. У розрахунку на душу населення обсяг витрат в області протягом досліджуваного періоду збільшився на 503,7 грн, або на 5%, і у 2016 році становив 1419 грн.

В.М. Янишівський розрахував загальну вартість людського капіталу України і з'ясував, що регіони з найвищими показниками його вартості

мають найвищі показники економічного розвитку. Це Харківська, Полтавська області, місто Київ. Найнижчими є показники рівня розвитку людського капіталу у регіонах, які традиційно вважаються найменш економічно розвинутими [5]. Проведено кореляційно-регресійний аналіз і досліджено залежність між рівнем розвитку людського капіталу і чистим доходом від реалізації продукції (коефіцієнт кореляції 0,724).

Отже, у нинішніх умовах розвитку економіки показник конкурентоспроможності підприємства досить важливий. Основною проблемою в ефективному функціонуванні підприємств є наявність споживача. Високий рівень якості продукції, якого неможливо досягти без висококваліфікованого персоналу, дає можливість підприємству завоювати свій сегмент на ринку. Збільшення фінансування соціальної інфраструктури сприяє розвитку людського капіталу, а отже, економічному зростанню регіону.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горбатюк Л.М. Людський капітал як основа економічного розвитку капіталу / Л.М. Горбатюк // Людський капітал в умовах трансформації суспільства: зб. тез Міжнародної наукової конференції викладачів аспірантів і студентів. К.: Акад. праці і соц. відносин Федер. Профспілок України, 2014. С. 38–39.
2. Статистичний збірник Вища освіта в Україні у 2017 році. К.: Державна служба статистики України, 2018. 298 с.
3. Статистичний бюлетень Наука та інноваційна діяльність України 2016 рік. К.: Державна служба статистики України, 2017. 141 с.
4. Статистичний щорічник України за 2016 рік [Текст] / за ред. О.Г. Осауленко. К.: Август Трейд, 2016. 559 с.
5. Янишівський В.М. Оцінка сучасного стану розвитку людського капіталу та його впливу на соціально-економічний розвиток і якість життя населення регіонів України / В.М. Янишівський // Економічний вісник Донбасу. 2010. № 3. С. 19–23.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

APPROACHES TO EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF COMMODITY STRATEGY OF ENTERPRISES

Державська А.В.

аспірант,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Круш П.В.

кандидат економічних наук,

професор кафедри економіки і підприємництва,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті розглядаються питання розроблення ефективної товарної стратегії підприємства, запропоновано механізм ефективного управління товарною політикою. Визначено етапи формування ефективного управління товарною політикою, визначені принципи, завдання, цілі, очікувані результати діяльності та проблемні моменти формування товарної стратегії. Запропоновано модель з описом етапів ефективності функціонування системи управління товарною стратегією підприємства. З метою підвищення ефективності розглянуті основні аспекти проблем розвитку внутрішнього контролю на підприємствах і запропоновано механізм організації та проведення внутрішнього контролю.

Ключові слова: товарна стратегія, ефективне управління товарною стратегією, товарна політика, внутрішній контроль, система управління, контроль.

В статье рассматриваются вопросы разработки эффективной товарной стратегии предприятия, предложен механизм эффективного управления товарной политикой. Определены этапы формирования эффективного управления товарной политикой, определены принципы, задачи, цели, ожидаемые результаты и проблемные моменты формирования товарной стратегии. Предложена модель с описанием этапов эффективности функционирования системы управления товарной стратегией предприятия. С целью повышения эффективности рассмотрены основные аспекты проблем развития внутреннего контроля на предприятиях и предложен механизм организации и проведения внутреннего контроля.

Ключевые слова: товарная стратегия, эффективное управление товарной стратегией, товарная политика, внутренний контроль, система управления, контроль.

The article deals with the issues of developing an effective commodity strategy of the enterprise, the mechanism of effective management of commodity policy is proposed. The stages of formation of effective management of commodity policy are determined, principles, tasks, objectives, expected results of activity and problem moments of the formation of the commodity strategy are defined. The model with the description of stages of efficiency of functioning of the system of management of commodity strategy of the enterprise is offered. In order to improve efficiency, the main aspects of the problems of the development of internal control at the enterprises are considered and the mechanism of organization and implementation of internal control is offered.

Key words: commodity strategy, effective management of commodity strategy, commodity policy, internal control, control system, control.

Ефективність господарської діяльності підприємства часто визначається сформованою товарною стратегією. Деякі підприємства не реалізують товарну політику насамперед через помилки менеджерів керівної ланки. Ефективна товарна політика здійснюється як чітко впорядкована система, тому що саме для її організації необхідні такі категорії, як цілісність, безліч взаємопов'язаних елементів.

Управління товарною стратегією необхідно розглядати як цілеспрямований вплив на об'єкти, процеси і на людей, які беруть участь в них, що здійснюється з метою дати певну спрямованість діяльності, реалізувати програму практичних дій з розвитку та безперервного вдосконалення конкурентних переваг і отримати бажані результати. В умовах, коли швидко міняються ринкові

відносини, стає очевидним, що управління підприємством за допомогою грамотно сформованої товарної стратегії принесе необхідний ефект тільки в тому разі, якщо буде забезпечений механізм системи ефективного управління товарною політикою. Підвищення ефективності функціонування системи управління товарною політикою підприємства передбачає формування сучасного механізму управління товарною політикою на основі впровадження в практику нових принципів організації діяльності та методів управління [2].

Основна маса проблем товарної стратегії підприємств – неструктурована та безсистемна, крім того, часто рішення є безрезультатними і не мають ніякого сенсу, оскільки позбавлені чіткої мети – підвищення конкурентоспроможного добробуту організації. Серед основних проблем управління товарною стратегією підприємства можна виділити такі:

- відсутність єдиної концептуальної основи системи управління товарною стратегією;
- епізодичне формування товарної політики (її планів, проектів, стратегій, програм тощо);
- відсутність досвіду у формуванні управління товарною політикою;
- слабе уявлення управлінського складу про управління товарною політикою;
- відсутність сучасних методик оцінки ефективності системи управління товарною стратегією підприємства [1].

Організація системи ефективної товарної політики вимагає виявлення перспективних сфер у діяльності підприємства, після чого

можливі розроблення та реалізація відповідних рішень у напрямі підвищення ефективності діяльності організації. Це забезпечується шляхом визначення основних пріоритетів, згідно з якими і буде формуватися товарна стратегія, а також слід вказати цілі, завдання та очікуваний результат за такими етапами:

- визначення перспективних напрямів розвитку підприємства;
- організація ефективного управління товарною політикою підприємства;
- вибір стратегічних напрямів товарної політики підприємства;
- оцінка ефективного управління товарною політикою.

Зазначені вище проблеми характерні для багатьох вітчизняних підприємств і негативно позначаються на ефективності технології розроблення та організації виконання управлінських рішень. У зв'язку з цим очевидна необхідність у розробленні моделі системи побудови ефективного управління товарною стратегією [3].

Пропонується модель системи ефективного управління товарною стратегією підприємства з урахуванням наведених етапів формування ефективного управління товарною політикою підприємства, що складається з шести взаємопов'язаних блоків, розташованих в ієрархічній послідовності (таблиця 1).

Перший блок моделі передбачає вивчення перспективних напрямів розвитку підприємства. Це – орієнтований напрям товарної політики на підприємстві за допомогою визначення або

Таблиця 1

Етапи формування ефективного управління товарною стратегією підприємства [2]

Етап	Напрями	Мета	Завдання	Очікуваний результат
1	Визначення перспективного напрямку розвитку підприємства	Орієнтація ТП підприємства	Визначення відповідної місії підприємства; формування переліку провідних принципів ТП	Визначення перспективних напрямів розвитку підприємства
2	Організація ефективного управління ТП підприємства	Формування ТП підприємства	Формування цілей і завдань ефективного управління ТП підприємства	Визначення стратегічної мети ТП з позиції ефективності
3	Вибір стратегічних напрямів ТП підприємства	Визначення стратегії діяльності підприємства	Визначення пріоритетів з конкретних напрямів ТП	Реалізація заходів відповідно до стратегії ефективного управління товарною політикою
4	Оцінка ефективного управління ТП	Формування системи критеріїв ефективності товарної політики	Формування показників ефективності ТП	Визначення відповідності результатів діяльності ТП стратегічним пріоритетам розвитку
5	Організація контролю за виконанням управлінських рішень	Відстеження виконання прийнятих управлінських рішень	Організація системи контролю	Правомірність і доцільність прийнятих управлінських рішень
6	Визначення відповідних результатів діяльності ТП стратегічним пріоритетам розвитку	Виявити й усунути недоліки діяльності ТП	Коригування або вдосконалення ТП	Прийняті рішення в управлінні ТП ефективні або потребують доопрацювання

коригування місії, бачення, філософії та формування принципів, якими повинна керуватися товарна політика під час управління організацією. Таким чином, на цьому етапі формується система внутрішніх установок підприємства як основа побудови ефективної товарної політики.

Узгодження товарної стратегії з місією підприємства дасть змогу найбільш чітко визначити загальні орієнтири функціонування товарної політики, як правило, зовнішнього спрямування, що відображають сенс існування підприємства, його філософію, бачення свого місця в цьому бізнесі, в регіоні, в суспільстві [4].

Цей етап є підставою для вироблення цілей, завдань і принципів. Діяльність підприємства будується на основі принципів ефективного управління товарною політикою, тобто на тому, що робить її придатною і корисною.

Ця обставина дає змогу конкретизувати основні принципи ефективного управління товарною політикою з погляду необхідності забезпечення умов сталого розвитку підприємства. Познайомимо основні принципи ефективного управління товарною стратегією [3]:

- принцип суспільно-соціальної спрямованості;
 - принцип, орієнтований на перспективу, з урахуванням параметрів життєвого циклу, ресурсного та технічного потенціалу;
 - принцип, спрямований на активну роль і участь виконавця;
 - принцип комплексного врахування чинників і заходів впливу;
 - принцип максимального використання маркетингового потенціалу товару;
 - принцип пріоритету мети.
- Принципи реалізації товарної стратегії:
- принцип своєчасності;
 - принцип гнучкості (адаптації до умов ринку);
 - принцип комплексності.

На цьому етапі управління товарною стратегією ставляться і реалізуються стратегічно важливі завдання, орієнтовані на довгострокове і якісне функціонування організації не окремо від інших процесів управління, а спільно, представляючи їх як один загальний взаємопов'язаний процес. Подання товарної політики разом із місією і принципами управління товарною політикою передбачає досить широкий опис довгострокових перспектив розвитку товарної політики і забезпечує орієнтири і напрями для визначення мети. Цей етап є вихідною точкою для наступного етапу.

Другий блок моделі представляє організацію ефективного управління товарною політикою підприємства. Цей етап передбачає формування товарної політики за допомогою формування стратегічних цілей, а також розроблення тактичних і оперативних цілей, постановки завдань. Таким чином, на цьому етапі формується стратегічна мета товарної політики, яка задає образ майбутнього стану підприємства і шляхи його досягнення. Оперативні цілі задають орієнтири розвитку підприємства у сферах виробництва,

маркетингу, фінансів та ін., а тактичні цілі виступають орієнтиром для реалізації повсякденних рішень, пов'язаних із виробничою діяльністю [3].

Те, наскільки реально товарна політика зможе здійснити поставлені завдання, залежить від обсягу необхідних дій і ресурсів підприємства.

Третій блок моделі передбачає вибір стратегічних напрямів товарної політики підприємства. На цьому етапі представляється система альтернативних маркетингових стратегічних напрямів стосовно таких основних категорій, як ринок, продукт (орієнтація на цільовий сегмент), ціна, система реалізації товару і система маркетингових комунікацій. Стратегічний напрям, обраний за цією схемою, має бути приведений у відповідність із раніше визначеною стратегією або має бути визначена нова стратегія, яка визначить перспективний стратегічний напрям товарної політики підприємства.

Формування основних стратегічних напрямів товарної політики за всіма основними напрямками діяльності може суттєво вплинути на кінцеві результати господарської діяльності підприємства [3].

Четвертий блок моделі передбачає систему оцінки ефективності управління товарною політикою підприємства. На цьому етапі розробляється система критеріїв і показників ефективності управління і здійснюється оцінка результатів діяльності товарної політики підприємства. Таким чином, проводиться аналіз отриманих результатів з позиції стратегічної доцільності уточнення ролі та ефективності товарної політики, які коригуються в управлінні товарною політикою.

П'ятий блок моделі передбачає організацію контролю за виконанням всіх господарських рішень з метою встановлення їх достовірності, законності та економічної ефективності і доцільності.

Загальноприйнятою є думка про те, що управлінська діяльність є ефективною лише в тому разі, якщо на підприємстві проводиться своєчасний контроль прийнятого рішення в процесі діяльності з метою встановити правомірність і ефективність проведених заходів [1]. Підприємства, що застосовують у своїй діяльності працю людей, об'єднаних спільними завданнями для досягнення однієї важливої мети, притаманні такі основні риси:

- мета показати призначення продуктів, вироблених підприємством, для задоволення людських потреб;
- персонал і працівники, що володіють необхідними знаннями і кваліфікацією для досягнення поставлених цілей;
- поділ праці з метою забезпечення раціональності робіт і завдань;
- різнопланові комунікації та види зв'язків для виконання спільної роботи;
- правила поведінки, процедури і контроль, необхідні і встановлені з метою функціонування підприємства як цілісної системи;
- рівні повноважень і відповідальності для різних посад на підприємстві [2].

Основною метою організації контролю за виконанням тих чи інших господарських рішень є підвищення ефективності процесів, що пов'язані не тільки з товарною політикою, а й із загальною ефективністю діяльності підприємства, спрямоване на вивчення стану справ та виявлення негативних факторів у певних галузях діяльності підприємства.

Передумовою ефективного здійснення механізму системи ефективного управління товарною стратегією підприємства, незалежно від форми власності, є функціонування системи внутрішнього контролю. Майже на кожному підприємстві є система внутрішнього контролю, але ефективність її не завжди забезпечується. Часто підприємства не мають досить персоналу, матеріальних ресурсів і необхідного рівня знань керівного складу для організації внутрішнього контролю. Іноді навіть за наявності достатньої бази витрати на організацію контролю не дають бажаних результатів, тому що керівники та фахівці структурних підрозділів контролюють діяльність розрізнено і неплановірно. [5]

Іноді причиною виникнення проблем на підприємстві є те, що керівники, не розуміючи суті, цілей і завдань внутрішнього контролю, не приділяють належної уваги побудові грамотної системи його здійснення. При цьому погана організація внутрішнього контролю на підприємствах тягне за собою тенденцію зростання кількості та обсягів основних фінансових порушень.

З метою підвищення ефективності управління товарною стратегією особливу увагу необхідно приділити посиленню контролю, оскільки деякі керівники структурних підрозділів іноді не вникають у суть та ефективність прийнятих рішень. Для усунення цих недоліків і підвищення ефективності контролю необхідно забезпечувати не тільки його своєчасність, але і повноту всіх операцій і процесів, а також розробити механізм системи організації контролю на підприємстві. Для підвищення ефективності контролю пропонуються етапи організації і проведення контролю на підприємстві [5].

Процес організації та проведення контролю на підприємстві можна поділити на такі взаємопов'язані чотири підетапи, як:

- 1) підготовка до проведення контролю;
- 2) проведення контролю;
- 3) реалізація матеріалів контролю;
- 4) складання плану наступної контрольної перевірки.

На підставі поставлених завдань перед контрольною групою і вивченого матеріалу, що характеризує господарсько-фінансову діяльність підприємства, визначається тема перевірки, перелік основних об'єктів і запитань, а також період, який вона має охопити.

1. Підготовка до проведення контролю. Процес підготовки перевірки проходить поступово. Підбираються учасники контрольної групи (склад учасників контрольної комісії оформля-

ється наказом, який видається протягом 3–5 днів до початку перевірки), потім призначається керівник контрольної комісії і термін проведення перевірки. Для проведення контрольної діяльності підбираються фахівці з технології виробництва, планування, постачання, збуту, фінансів тощо. Перевірочній комісії необхідно уважно ознайомитися з річною і квартальною бухгалтерською та статистичною звітністю, вивчити нормативні акти (що стосуються особливостей діяльності), а також матеріалами попередніх перевірок і виявити характер і форми розкритих порушень. Ці дані допоможуть комісії виявити схожі порушення під час здійснення перевірки.

2. Проведення контролю.

Керівник підприємства повинен завчасно оповістити персонал підприємства про початок перевірки та строки її проведення [5].

Під час проведення перевірки слід вивчити номенклатуру справ, що зберігають інформацію про зміст документів, і проаналізувати порядок створення, реєстрації та доведення до виконавців розпорядчих документів.

Під час проведення контрольної перевірки виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства перевіряються такі основні дані:

- обґрунтованість розрахунків та правильність їх відображення у звітності планових показників;
- плани за основними якісними та кількісними показниками;
- дані первинних документів для встановлення їх достовірності та доцільності;
- дотримання встановленого порядку ведення бухгалтерського обліку грошово-матеріальних цінностей, а також достовірність звітних даних, виявлення приписок та інших порушень показників звітності;
- обґрунтованість кореспонденції рахунків в облікових регістрах.

3. Організація контролю за виконанням рішень. Члени контрольної комісії, вивчаючи і узагальнюючи матеріали контрольної перевірки, за необхідності вносять пропозиції про вдосконалення системи здійснення контролю за виконанням тих чи інших господарських рішень з метою встановлення їх достовірності, законності та економічної доцільності й ефективності [4].

4. Складання плану наступної контрольної перевірки передбачає складання плану, в якому зазначаються перелік робіт, які підлягають виконанню під час проведення перевірки, терміни їх виконання та спосіб перевірки (вибіркова чи повна).

Таким чином, основні проблемні аспекти розвитку внутрішнього контролю на підприємствах негативно впливають як на ефективність внутрішнього контролю, так і на результати діяльності товарної політики. Вирішення наявних проблем буде сприяти підвищенню ефективності управління товарною стратегією підприємства.

Шостий блок моделі системи ефективного управління товарною політикою підприємства є завершальним етапом. Відповідно до результатів оцінки ефективності товарної політики і даних контрольної перевірки вноситься рішення, в результаті якого можливі такі зміни [2]:

- часткове або повне коригування товарної політики;
- зміна керівництва в ієрархії управління товарною політикою на підприємстві;

- перегляд цілей та завдань товарної політики, відповідність цілей місії підприємства;
- підвищення кваліфікації співробітників;
- мотивація керівників та співробітників та ін.

Запропонований механізм системи ефективного управління товарною стратегією підприємства дасть змогу підвищити ефективність, знизити перешкоди до розвитку системи управління то активізувати зусилля щодо досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасимяк Н.В. Основні аспекти формування маркетингової товарної політики підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2012. № 2. Т. 1. С. 60–62.
2. Гірченко Т.Д. Маркетинг: навч. посібн. / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. Львів: Вид-во ЛБІ НБУ, 2004. 255 с.
3. Голошубова Н.О. Розробка товарної політики на підприємствах оптової торгівлі в системі маркетингу / Н.О. Голошубова, Н.І. Трішкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2005. № 4, Ч. 2, Т. 1. С. 18–27.
4. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / В.А. Полторак, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. К.: Центр навчальної літератури, 2013. 417 с.
5. Маркетингова товарна політика: посібник / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. 3-тє вид., доповнене і перероблене. Львів: Львівська політехніка, 2012. 360 с.

ESSENTIAL DIGITAL MARKETING TOOLS ACROSS THE RACE PLANNING FRAMEWORK

ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В РАМКАХ СИСТЕМИ ПЛАНУВАННЯ RACE

Drokina N.I.

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Marketing Department,
State University of Telecommunications (Kyiv, Ukraine)

The approach of planning using the Smart Insights RACE Planning Framework is described in the article, the five main stages as Plan, Reach, Act, Convert, Engage are analysed. The characteristics of digital marketing tools' groups in each step of RACE and the role of them for digital marketers are given. Essential digital marketing tools across the RACE Planning Framework are systemized.

Key words: digital marketing tools, SEO optimization, social media marketing, ecommerce management, Smart Insights RACE Planning Framework.

У статті описано підхід планування з використанням концепції RACE, проаналізовані п'ять головних етапів: планування, охоплення, дія, перетворення, залучення. Надані характеристики груп цифрового маркетингу на кожному етапі RACE та їх роль для цифрових маркетологів. Систематизовано основні інструменти цифрового маркетингу в рамках планування RACE.

Ключові слова: інструменти цифрового маркетингу, SEO оптимізація, маркетинг в соціальних мережах, управління електронною торгівлею, система планування RACE.

В статье описан подход планирования с использованием концепции RACE, проанализированы пять главных этапов: планирование, охват, действие, преобразование, вовлечение. Даны характеристики групп цифрового маркетинга на каждом этапе RACE и их роль для цифровых маркетологов. Систематизированы основные инструменты цифрового маркетинга в рамках планирования RACE.

Ключевые слова: инструменты цифрового маркетинга, SEO оптимизация, маркетинг в социальных сетях, управление электронной торговлей, система планирования RACE.

Problem statement. Marketers today are fortunate to have a huge number of free and low-cost tools to give them insight about customers, competitors, and market. These online services also help to compete by enabling their businesses to communicate with the audiences with automated, relevant real-time communications integrated across desktop and mobile and digital plus traditional marketing channels.

Success in acquiring new customers through digital marketing goes to the businesses that are most successful in exploiting the main inbound marketing channels to get visibility and leads. These channels include search, social media, and email marketing, all fuelled by content marketing. Although using these channels is really competitive, many free and paid tools are available to improve targeting and review and improve the effectiveness of online campaigns. Nevertheless, the challenge is that there are SO many tools in different categories that it can be difficult to know, which are available and which offer the best features.

However, there is a challenge with the sheer number of tools, which vary enormously in cost and

quality and new challenger tools can sometimes do a better job than the established tools. Larger businesses and brands will require 'enterprise' services with a full-feature set which can be used across teams and smaller businesses will be looking for simpler, lower-cost or free services.

Analysis of recent research and publications. Conceptual principles of RACE digital marketing planning framework set out in the scientific works of Chaffey D., Bosomworth D. [1], Lokteva D. [2], Pinho, S. [3], Qian Li [4], and others. In the scientific articles, concept and main steps of content marketing model has been used, in particular, using the social media marketing radar, the content marketing matrix, the content marketing hub for inbound marketing. Therefore, it is necessary to study the issues of choosing the effective digital marketing tools across the RACE Planning framework.

The purpose of the article. The main purpose of this research is to find out the best types of digital marketing planning tools and the most popular alternatives in each category across the Smart Insights RACE Planning framework.

Presentation of the main research material.

There is no question that having the right digital marketing strategy is critical to winning over customers. But many brands are still not getting it right. There is one certainty: Any successful marketing strategy, digital or otherwise, requires a solid rationale. Without benchmarks, established goals, and a clear vision of how to define success, marketers will miss the opportunity to fully leverage the ability to measure and track customer engagements in a holistic way.

The RACE planning framework consists of five distinct stages: Plan, Reach, Act, Convert, Engage. The acronym "RACE" is taken from the latter four of these. These give an excellent overview for anyone who would like to get to grips with this powerful approach to forming a digital marketing strategy [1].

RACE consists of these four steps or online marketing activities designed to help brands engage their customers throughout the customer lifecycle (Fig. 1).

The first stage of the framework is the Planning stage. This is divided into three steps: situational analysis, setting objectives, and strategy formulation. The first of these involves identifying the strengths and weaknesses of your company, and the external competitors and macroeconomic forces that could affect how you operate.

Once the plan is set, the next step is Reach. This involves using social media, search engines, publishers and blogs to get your content to your prospective customers. If successful, this should drive traffic to your main web presences.

After Reach comes Act, which is short for "inter-act". This stage involves persuading your audience to research further into the company, sign up to your mailing list, or share the content that you've been disseminating. Given the importance of this persuasive activity, it is given its own stage, separate from Reach.

Following on naturally from the Act stage is the Convert stage. This turns your audience members from interested browsers into paying customers. This must take into account all the opportunities that prospective customers have to make a purchase, including both ecommerce and offline channels.

Finally, the Engage stage involves consideration of how you will build a long-term relationship with customers. This activity is crucial if you are to achieve repeat sales, something that is key to building a profitable business [5].

Rather than simply categorizing tools, it is possible to group them across the Smart Insights RACE Planning framework for managing digital marketing so it can be possible to review where the marketers could make better use of the tools across the customer lifecycle. Let us consider all these digital marketing tools across the RACE Planning framework.

1. REACH. Reach involves building awareness of a brand, its products, and services on other websites and in offline media in order to build traffic by driving visits to different web presences like your main site, microsites or social media pages. It involves maximizing reach over time to create multiple interactions using different paid, owned and earned media touchpoints.

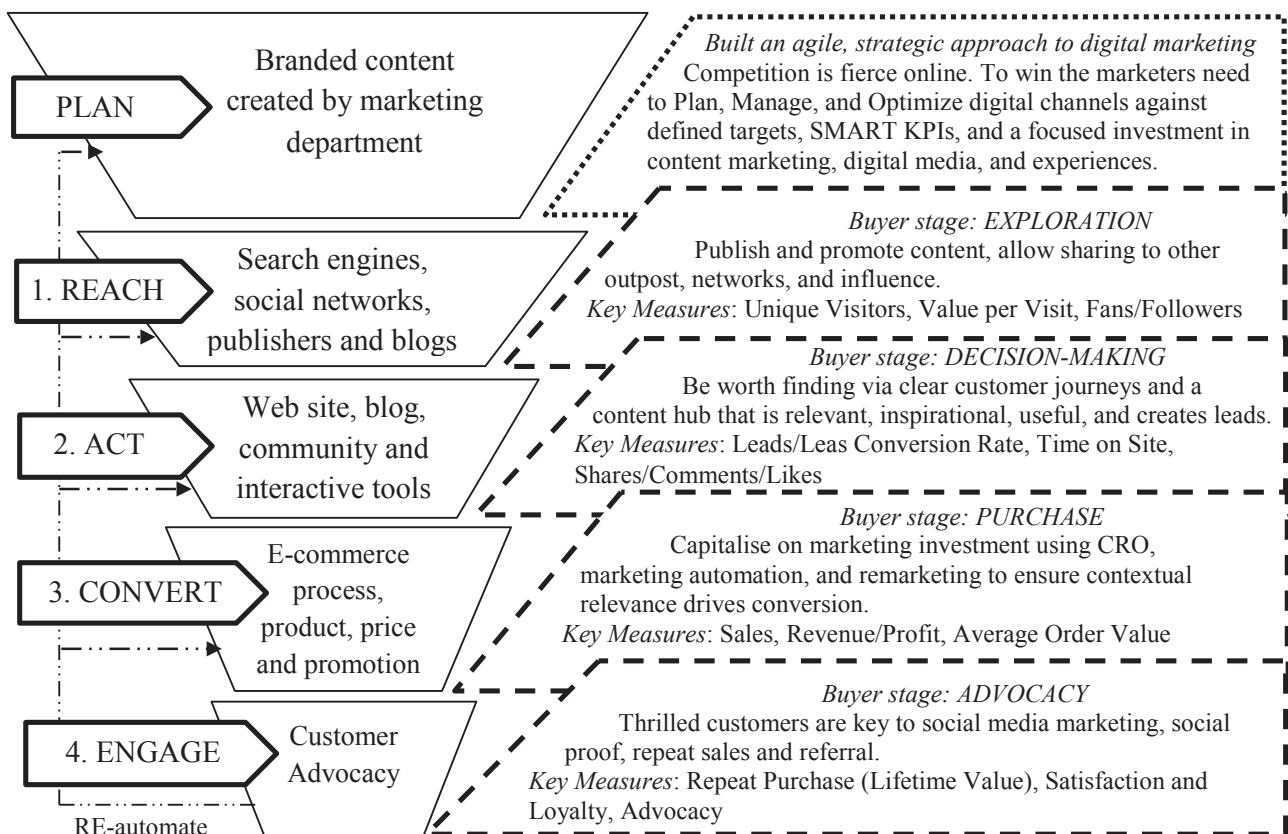


Figure 1. The Smart Insights RACE Planning framework for managing digital marketing

Table 1

Characteristics of digital marketing tools in the step of REACH

Tools	Characteristics of tools	Role for digital marketers
1. Site Audience Comparison Tools	They provide marketers with industry and competitor intelligence to help inform decisions (e.g. new markets, new content strategies). Some of these tools also provide powerful segmentation capabilities. Typically, they do this either by aggregating Internet Service Provider data, panel data or a mixture of the two.	Competitor benchmarking, search and content strategies, audience segmentation, market size and geo and demographic data; whether you're launching a new product, entering a new market or wishing to understand what's driving competitor growth, these tools can provide the relevant information to help inform key decisions. They're often used to support business cases, helping to identify opportunities and threats in the competitor landscape. See the Smart Insight's post for more on the capabilities of competitor intelligence.
2. Digital Analytics Tools	Traditionally, these services were known as 'web analytics' tools since they focused on measuring and reporting on visitors to websites including the source of the visits and the sequence of interactions on a site. Today they have a broader scope including recording mobile interactions and linking to customer databases and other services, so are known as 'Digital Analytics'.	The website is still at the heart of most online interactions with a business, so understanding which media sources have driven visits and the outcomes of these visits is still important. Today, digital analytics systems are an important part of business reporting either in their own right or through the integration with other systems.
3. SEO Keyword Analysis Tools	Keyword research is an important, on-going requirement of SEO and content strategy. A good keyword list will help ensure your website's pages are found in Google for relevant user searches that match your site's content.	There are lots of factors which contribute to a strong keyword strategy. The most basic is finding a balance between high searched for keywords and the levels of competition for visibility on those keywords. Other important factors include: seasonal opportunities, new keywords, your competition's keyword strategy, and how paid search strategies (for both you and your competition) support your SEO efforts. It's also important to understand the context of a keyword; whether it's informational or transactional.
4. SEO Ranking	A category of tools dedicated to tracking the rankings of your keyword list(s) for all the major search engines. They show the position in the search results pages (SERPs) between 1 and 100. Many provide rank tracking for international markets and have, more recently, diversified to provide additional functionality too.	The argument for a specialist web ranking tool is rooted in the accuracy, flexibility, and breadth of keywords that these tools can track. A specialist web ranking tool should provide greater precision and quality of web ranking results, at a lower cost than tools offering a broader suite of functionality. Free trials of all the leading tools will allow you to test this before purchase.
5. SEO Crawling	They are essential for maintaining good technical and structural health of your website. They crawl your site looking at every link, image, and piece of CSS to provide a detailed report of technical SEO recommendations. These include: identifying dead links, heavy re-direct use, missing metadata, and creating XML sitemaps.	They are often a conversation starter between the digital marketing and web development or technical teams. A healthy website structure is important not just to the user experience but also to the search engine crawlers. These tools are an inexpensive way of helping to identify the target areas for maintaining or improving your website structure's health. Especially useful for larger site's where it's unrealistic for this to be done manually.
6. SEO Backlink Analysis	They use crawlers to find all the backlinks (a link from one website to another) to a given domain. Backlink profile history, anchor text, and the quality of each link are some of the information provided. These tools compete principally over the size of their backlink database, as well as on price and the provision of extra features.	There are two key reasons to use these tools. More obviously, backlink acquisition and management remain one of the essential ranking factors of SEO. These tools help to identify backlink opportunities from your own domain, as well as providing backlink details of your competitors. The second is for the pro-active avoidance of and recovery from link penalties, which can significantly impact the SEO traffic into a website.

(End of Table 1)

Tools	Characteristics of tools	Role for digital marketers
7. AdWords Paid search analysis	These services provide competitor intelligence specifically for paid search; helping to identify your opportunities and uncover the strategies used by your competitors. The more extensive, enterprise-level tools also provide sophisticated bid and campaign management across search, social and display channels.	Understanding the competitor search landscape is a key element to driving successful paid search activity. In Google AdWords, each user search triggers an auction between advertisers. Therefore, understanding the relevant keywords to bid on is important as is the keyword and bid strategies of your competition. The trend, gap, and successful ad copy analysis are other useful features to help advertisers maximise an increasingly expensive, yet high intent driven marketing channel.
8. Influencer outreach and management	These tools are especially useful for content marketers who are regularly producing content and need a structured and scalable way of managing their outreach efforts. They help to identify the types of site and key people within your niche that may link to or share your content in order to help amplify your message or content. Tools such as Kred, Klout and Followerwonk (Twitter specific tool) focus on assigning scores to online users, surfacing those who are likely to be most influential for your given content, search or topic.	They help digital marketers to identify, analyse, and contact relevant PR, blogger, and other key influencer contacts, usually with the aim of creating backlinks or sharing content.
9. Data management platforms and audience profiling systems	A DMP is a place to store, sort, and act upon multiple sources of online and offline data. This includes first-party data, which the marketer collects on their site or through other customer interactions and on third-party data pre-integrated into the platform, or data purchased from branded providers or lists. Users of a DMP can import known (i.e. an email address) or unknown (e.g. a cookie) data and use this to define audiences or segments. The DMP will then find new customers (i.e. similar audiences) for you to target and buy ads for. The final role they play is to then instruct ad networks and websites who to target, with what (message) and where.	Because of the access they have to data vendors, DMPs can open up highly targeted (pre-defined and custom) audiences that would otherwise be hard to reach at scale, estimating the price and reach of marketing to those users up front. They can also aggregate call, web analytics, CRM and cookie data helping to hyper target your media spend.

2. ACT. Act is short for Interact. It's a separate stage since encouraging interactions on websites and in social media to generate leads is a big challenge for online marketers. It's about persuading site visitors or prospects take the next step, the next Action on their journey when they initially reach your site or social network presence. For many types of businesses, especially, Business-to-Business, this means generating leads, but it may mean finding out more about a company or its products, searching to find a product or reading a blog post. You should define these actions as top-level goals of the funnel in analytics. Google Analytics Goals can include "Viewed product", "Added to Basket", "Registered as a member" or "Signed up for a newsletter". Act is also about encouraging participation. This can be the sharing of content via social media or customer reviews (strictly, part of Engage).

The specific goals and dashboards need to be defined for each business as explained in our Delivering results from digital marketing guide. It's about engaging the audience through relevant, compelling content and clear navigation pathways so that

they don't hit the back button. The bounce rates on many sites are greater than 50%, so getting the audience to act or participate is a major challenge, which is why we have identified it separately.

3. CONVERT. This is conversion to sale. It involves getting your audience to take that vital next step, which turns them into paying customers whether the payment is taken through online Ecommerce transactions or offline channels.

4. ENGAGE in RACE is a long-term engagement that is, developing a long-term relationship with first-time buyers to build customer loyalty as repeat purchases using communications on your site, social presence, email and direct interactions to boost customer lifetime value. It can be measured by repeat actions such as repeat sale and sharing content through social media. We also need to measure the percentage of active customers (or email subscribers) and customer satisfaction and recommendation using other systems [6].

Considering all these essential digital marketing tools groups across the RACE Planning framework, we can define the main modern tools for each group (Fig. 2).

Table 2

Characteristics of digital marketing tools in the step of ACT

Tools	Characteristics of tools	Role for digital marketers
10. Page engagement tools	These tools help assess and improve the effectiveness of website design including different page template types such as home page, landing, and campaign pages.	These tools can help digital marketers improve conversion and goal completion rates while reducing the need for IT support and ensuring brand stakeholders are kept happy with the consistent design (look and feel) of the pages built. They may also help reduce the amount of design input required once a template is agreed.
11. Content Management Systems (CMS)	These tools form the building blocks of your website. They're the platform, upon which your website's pages are designed and built. You have a choice between proprietary or open source platforms (we cover these in the next category of blogging tools, many of which can be used as CMS), both of which can be developed upon or enhanced by using libraries of code – often known as widgets or plugins	Simply put, most websites are now built using a CMS. They're widespread thanks to how they enable non-technical members of digital teams to publish and manage content. Processes for publishing are easy to set up, as are user permissions and versioning. A CMS provides a framework for a website, often with site infrastructure and SEO features built in. This helps a CMS deliver a brand consistent experience.
12. Blogging Tools	The clue is in the category name; they're used to write and publish blog articles! In fact, this category name has become misleading since many services like Wordpress and Drupal can now be used to create entire sites.	Blogs are common on many commercial sites now from retailers (customer magazines) to B2B services. The quality of the free, open source options like Wordpress means potentially large savings compared to CMS. Some offer the option of open source plus service and account management.
13. Content curation and authoring tools	This category should be considered a toolbox for content marketers in its own right; many of these tools offer specific functionality to curate and publish content from different sources and due to their low or free cost models will be widely used by content and social media teams.	Content marketing continues to grow in importance with brands investing more in both content generation and distribution. These tools help with a wide variety of tasks for content generation from ideas for headlines and blog articles to easy-to-use image and video tools and grammar checking.
14. Landing page creation and testing tools	These tools will help you design and test pages, which improve the conversion rate to lead.	Lead generation is a key goal of digital marketing in many sectors. By testing landing page layout, headlines and copy you can increase lead volume and so potentially sales using cost-effective techniques. By hosting test pages on the servers of suppliers you should be able to bypass the need for an agency or IT department involvement to get test up-and-running rapidly.
15. Digital Asset Management	They act as a storage solution of your image, audio and video files with sophisticated features for managing and searching your digital assets at scale.	They provide a single storage solution for digital assets that everyone within your business or team can access, providing essential features such as role-based permissions and bulk import/export, as well as more sophisticated functionality such as image or video expiry management and auto-tagging templates for more effective and speedy file management.
16. On-site push notification	Enables desktop custom messages (e.g. light boxes or banners) or push notifications (e.g. for apps on mobile) targeted to user segments defined by various selection criteria. Many tools also offer a/b and personalisation functionality too.	These tools can be powerful aids to conversion rate optimisation. Delivery of customised content and notifications for different types of site user goes beyond a/b testing, which traditionally seeks to optimize a single page (the belief being that the best page you can present a user will vary depending on the type of user they are). There is a wide range of use cases from pop-ups on your blog to help generate more opt in leads to support or incentive messaging on your checkout pages to drive conversions and sales.

Table 3

Characteristics of digital marketing tools in the step of CONVERT

Tools	Characteristics of tools	Role for digital marketers
17. Personalization for Ecommerce	Attempt to deliver the right message at the right time to the right person by understanding your visitor by applying (potentially a number of) data sets to form segments of users.	The intended benefit is to provide a shortcut for each website visitor, surfacing products and content that best meets their goals or that they are most likely to be interested in (what message do we serve, when, how and to whom). If successful, this should mean you have a better chance of each user finding what they are looking for; improving their experience. This, in turn, potentially leads to a greater number of conversions.
18. Ecommerce re-targeted messaging	They use email and site notifications to drive users back into a site (usually the checkout pages) with the aim of driving incremental transactions by reminding customers of the products or services they abandoned.	With initial customer acquisition becoming increasingly expensive, brands have focused their efforts in trying to re-engage and convert those users they've already spent money acquiring and/or who have already expressed some level of interest in a product or service. Cart abandonment is the use of remarketing at the closest point to conversion i.e. once a user has added something to their cart but fails to check out.
19. AB and Multivariate tools for structured experiments	A/B tests allow you to run one or more different versions of a call to action, a hero banner or other page element against each other compared to a control version. Multivariate testing enables you to test multiple elements at the same time, however requiring more traffic and more time spent on set up.	Improving leads or sales through driving more users down the conversion funnel is the primary goal of these tools. They simplify the process of running these tests, allowing control over the test variables (e.g. how much traffic is sent to the various test versions), provides statistical analysis of the outcomes and provides comprehensive reporting.
20. Ecommerce management	They provide a platform for online retailers to sell their products and services online; they create a 'digital store front' to enable products in different categories to be searched, browsed, and purchased.	To maximise conversion, an online shopping experience needs to be simple and easy for the user, secure at the point of payment, and robust so as to deal with both high volumes of product and traffic. E-commerce management tools were designed for this specific purpose and have a number of features that other platforms (i.e. a generic content management system) do not.
21. Customer reviews and ratings tools	They enable marketers to collect and request product and customer service reviews. Some tools also curate conversations happening on social media for brands to use as social proof on their websites.	Reviews have become essential to buying and selling online with customers trusting customer reviews over 10 times more than descriptions or claims made by the brand itself (eMarketer, 2010). Reviews can also benefit brands' search marketing efforts.
22. Call tracking (AdWords and other paid media)	Call tracking can dynamically change the phone number a customer sees based on the campaign or channel they've engaged with. For example, some tools enable calls prompted by AdWords campaigns to be shown within Google AdWords. This can help to bridge the gap between how your digital activity is driving offline leads.	With the competition for online media placements inflating cost-per-click in Google AdWords, Display and Programmatic marketing, it's important to be able to prove the returns from investment in digital media.
23. Live chat	This category has a range of tools that deliver a better experience to customers or enables better support as customers work through the consideration stages before a purchase.	IP geolocation can help brands and marketers deliver a more relevant experience through surfacing localised content based on the users' location (i.e. store location). Call tracking can dynamically change the phone number a customer sees based on the campaign or channel they've engaged with. This can help to bridge the gap between how your digital activity is driving offline leads.

Table 4

Characteristics of digital marketing tools in the step of ENGAGE

Tools	Characteristics of tools	Role for digital marketers
24. Social media – publishing focus	They enable easy management of publishing content and responding to the conversation over various social media platforms through column based dashboards with search/filter functionality. Freemium tools such as Hootsuite and Tweetdeck are two popular examples.	These tools bring all the social media conversation from platforms such as Facebook, Twitter, Google+, and Instagram in one place. This saves huge amounts of time as it reduces the need for social media teams to visit each brand profile on each platform. It's also quick and easy to follow trending topics, competitors or search for specific keywords (e.g. campaign hashtags).
25. Social media – listening focus	Offer comprehensive search or "listening" functionality for keyword(s) and phrases with the advanced query set up. Most of the tools specialising in this category have subscription-based services with a tiered structure based on the volumes of searches or results required or the amount of historical data you need access to.	These tools go beyond basic brand mention alerts and are powerful research tools offering deep insight into a conversation about your brand, your competitors or your industry. Deeper and wider indexing of results, sentiment analysis, crisis management and customisable dashboards and reporting differentiate these tools from those offered for free.
26. Social media – campaign tools	Offer flexible campaign and advertising tools for running campaigns on all the major social media platforms.	They provide a quick and easy method for setting up customer engagement campaigns, from templates for quizzes, surveys, and sweepstakes to white label options with full CSS editing and iFrame functionality. These tools can focus on a number of campaigns goals (e.g. driving engagement or collecting leads) and have powerful social sharing features out the box but with custom options ensuring each campaign can be tailored accordingly.
27. Online customer service tools	They speed up, collate, structure, and simplify in and out bound customer service communication. They provide an easy to use interface but also permit responses direct to and from a users' email address.	Customer questions and service team responses can be used to build FAQs, they integrate with social media and can categorise complaints by topic, by platform, and by a number of other filters, providing brands with a better understanding of their customer service issues. They also improve workflow among team members. Overall they are aimed at improving the quality of customer service.
28. Marketing cloud, Digital Marketing Hubs for CRM and campaign management	The aim of a Marketing Cloud or Digital Marketing Hub service is to help brands to manage all points of contact between themselves and the customer through the customer lifecycle; from lead to customer communications to develop loyalty and repeat purchase.	One of the key promises of a CRM tool is the ability to provide a single '360-degree' customer view. This requires the integration of all a brand's platforms, which hold some sort of customer data. This single view allows an accurate understanding of the customer and tight controls over how the brand manages its relationship and communication with that customer.
29. Email marketing service providers (ESPs)	They facilitate the design, build and send of transactional and marketing based email. There are hundreds of tools in this category, so it's the most difficult category to choose just 5! We have selected those which are simple and most popular and focus on email sending.	These tools can send hundreds of thousands of emails within a short space of time, customising the content based on the segments defined by marketers in the wider email database. Permissions, dynamic content, subject line and content testing, integration with other tools (e.g. a CMS or digital asset management tool) and audience segmentation are all features of good ESPs.
30. Voice of customer (VoC): Feedback and Surveys	They go beyond the quantitative insight of analytics tools and provide a deeper layer of site visitor feedback. Tools in this category are growing in popularity and include general website feedback, crowdsourced product opinions and exit survey functionality.	Web analytics can provide the what, the when and the how, but struggle to deliver the why and the rationale which explains the numbers from your analytics tool. VoC tools can run continuously in the background, be focused on specific pages or be time-based, gathering detailed feedback on barriers to conversion, design issues, user confusion – all useful and actionable insight for marketers.

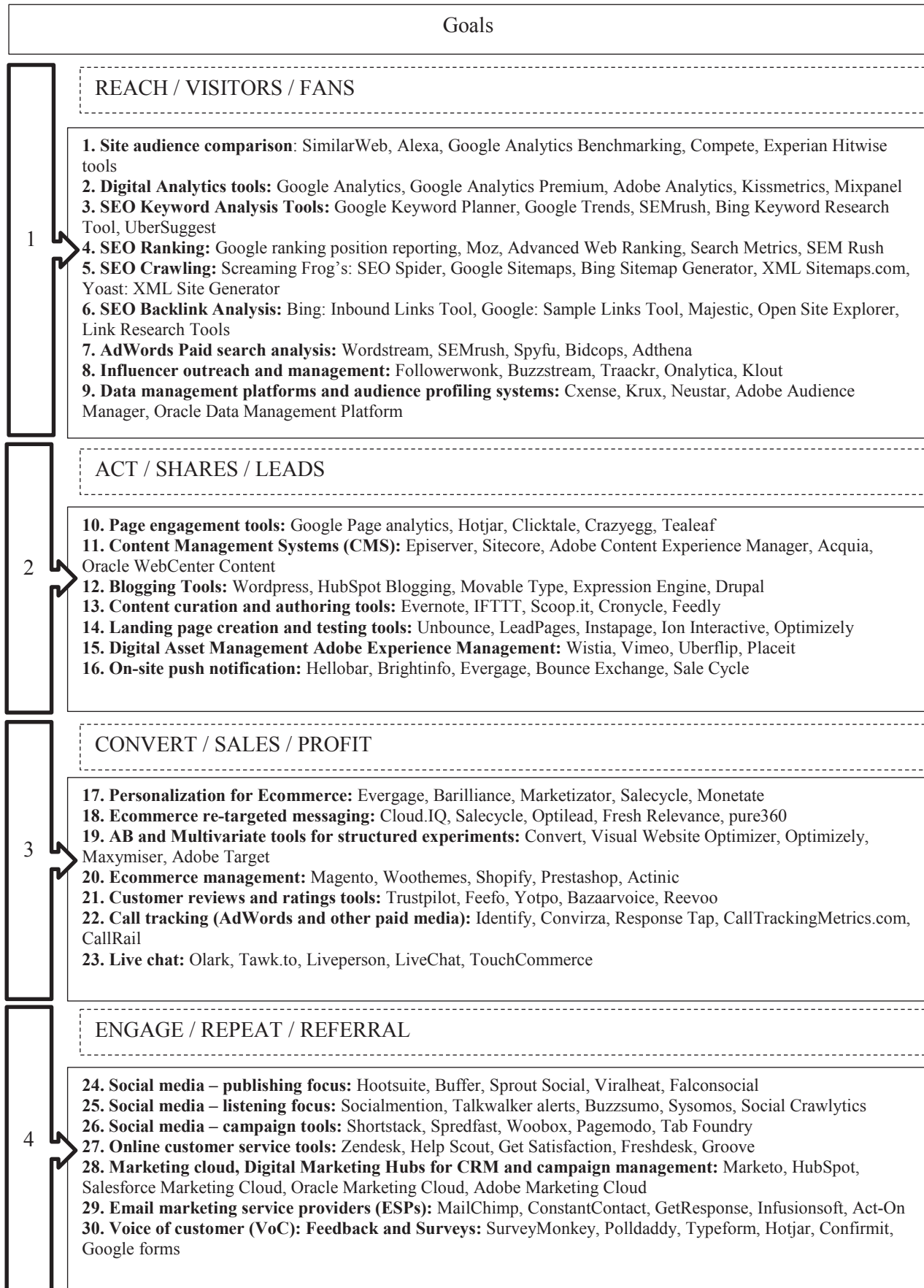


Figure 2. Essential digital marketing tools across the RACE Planning framework

Conclusions. RACE is a practical framework to help manage and improve results from digital marketing. Ultimately, it is about using the best practice web analytics techniques to get more commercial

value from investments in digital marketing. It will help simplify marketers approach to reviewing the performance of their online marketing and taking actions to improve its effectiveness.

REFERENCES:

1. Chaffey, D., Bosomworth, D. (2012). Digital marketing: #infographics to inspire your marketing and help planning [Electronic resource]. – Access mode: http://www.carmichaelcentre.ie/sites/default/files/digital-marketing-infographics-smart-insights1_0.pdf.
2. Lokteva, D. (2015). Developing a customer-centric digital marketing communication strategy [Electronic resource]. – Access mode: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/96209/Lokteva_Daria.pdf?sequence=1.
3. Pinho, Sérgio Ramos (2015). Reaching Customers for Online Services [Electronic resource]. – Access mode: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.826.4883&rep=rep1&type=pdf>.
4. Qian, Li. (2018). Digital Marketing Plan for a B2B company [Electronic resource]. – Access mode: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/141999/Li_Qian.pdf?sequence=4.
5. To succeed as a digital marketer you need to join the RACE [Electronic resource]. – Access mode: <http://successflow.co.uk/blog/2015/09/01/to-succeed-as-a-digital-marketer-you-need-to-join-the-race/>
6. The RACE Digital Marketing Planning Framework [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/race-a-practical-framework-to-improve-your-digital-marketing/>.

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗАКУПІВЕЛЬ НА РИНКАХ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

REASONING OF ACCURACY USING OF PROCUREMENT MARKETING ON MARKET OF INDUSTRIAL GOODS

Кушнір Т.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Функціонування ринку товарів промислового призначення в умовах транзитивної економіки має багато проблем. У статті показано доцільність використання маркетингу закупівель у промисловості. Водночас продемонстровані головні методологічні проблеми та труднощі застосування цього явища і роль маркетингового складника в системі закупівель промислового підприємства.

Ключові слова: маркетинг закупівель, ринок товарів промислового призначення, закупівля, асортимент, закупівельний центр, споживач, покупець.

Функционирование рынка товаров промышленного назначения в условиях транзитивной экономики сопровождается многими проблемами. В статье продемонстрирована целесообразность применения маркетинга закупок в промышленности. В то же время показаны основные методологические проблемы и трудности использования этого явления и роль маркетинговой составляющей в системе закупок промышленного предприятия.

Ключевые слова: маркетинг закупок, рынок товаров промышленного назначения, закупка, ассортимент, закупочный центр, потребитель, покупатель.

Functioning of the market for industrial goods in a transitional economy has many problems. The article shows the expediency of using procurement marketing in the industry. At the same time, the main methodological problems and difficulties of using this phenomenon and the role of the marketing component in the procurement system of the industrial enterprise are demonstrated.

Key words: procurement marketing, market of industrial goods, procurement, assortment, procurement center, consumer, buyer.

Постановка проблеми. У розвинутих країнах функція закупівлі на промисловому підприємстві є вкрай важливою, займаючи високе місце в ієрархії управління. І це зрозуміло з огляду на обмеженість ресурсів та відсутність вільного доступу до них. Водночас для таких підприємств важливим є не тільки піклування про поповнення власних запасів, для них важливим є і піклування про задоволення потреби тих споживачів, які купують готову продукцію. Можливість задоволення цих потреб прямо пов'язана із тим, які підприємство купує ресурси, коли воно це робить, в якій кількості. Маркетинг закупівель сьогодні дає можливість говорити про те, що промислові підприємства купують ресурси на тих чи інших умовах задля пристосування виробничого асортименту до асортименту торгового, покликаного задовольняти потреби кінцевих споживачів.

Ми обґрунтовуємо доцільність упровадження маркетингу закупівель в систему управління

промисловим підприємством задля кращого задоволення потреб кінцевих споживачів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вітчизняній науковій літературі проблематиці маркетингу закупівель присвячено вкрай мало публікацій. Зазвичай проблемам закупівель приділяють увагу науковці, які займаються промисловим маркетингом, такі як О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко, О.С. Телетов, А.О. Старостіна, В.В. Мальченко, З.П. Кіктенко, І.В. Купа, Н.В. Розумна. Комплексних праць, які би цілісно розкривали сутність маркетингу закупівель, вкрай обмаль.

Метою статті є теоретико-методологічний аналіз поняття «маркетинг закупівель», доцільності його використання у промисловому маркетингу та інструментарію його впливу на споживача.

Виклад основного матеріалу. Сучасні умови господарювання породжують необхідність формування нових напрямів маркетин-

гової діяльності. В умовах, коли маркетинг на ринку товарів промислового призначення в Україні знаходиться у зародковому стані, говорити про його ромаїття доволі складно. Чому так? На наш погляд, все обґрунтовується доволі банально. Теорія маркетингу в контексті можливостей використання різноманітних маркетингових інструментів говорить про те, що вони придатні для використання на ринку монополістичної конкуренції, де говоримо про наявність значної кількості учасників та, що найважливіше, диференційованого продукту. Натомість монополістичний, олігополістичний та досконало-конкурентний ринки не мають підґрунтя для застосування широкого спектру маркетингових інструментів. Що ми маємо на ринку товарів промислового призначення? Дуже часто ринки товарів промислового призначення високомонополізовані (якщо говорити про сировинні ринки – в силу обмеженого доступу до ресурсів та значного державного регулювання добувної галузі). Також на ринку B2B часто маємо справу з однорідними товарами і невеликою кількістю товаровиробників, що найбільше корелюється з олігополістичним ринком.

На наш погляд, лише ринок машин і обладнання є типовим прикладом ринку монополістичної конкуренції, що дає змогу на ньому якнайширше застосовувати маркетингові інструменти. Однак застосування маркетингу в промисловості не може бути аналогічним до споживчого ринку, де маркетинг дуже щільно корелюється з маркетингом збуту (головні маркетингові інструменти на споживчому ринку – ціна, товар, місце, просування – спрямовані на те, аби впливати на покупця, натомість покупець є доволі ірраціональним та хаотичним у процесі прийняття рішення про купівлю).

Компанія на ринку товарів промислового призначення не може виступати винятково відправником інформаційного повідомлення споживачеві. Вона виступає радше медіатором між тими, хто володіє ресурсами, і тими, хто хоче купити готовий продукт (задовольнивши при цьому свою потребу). Фактично головне призначення промислового товаровиробника – це адаптація ресурсного асортименту до потреби споживача шляхом застосування таких технологій, які б дали змогу якомога ефективніше використовувати наявні ресурси для задоволення потреб споживачів. Саме тому відома концепція інтенсифікації комерційних зусиль є абсолютно непридатною для промислового ринку, бо раціональний промисловий покупець не буде (навіть за найпривабливішої пропозиції) купувати те, з чого він не зможе виробити конкурентоздатного кінцевого продукту.

Зміна ролі закупівель в управлінській ієрархії промислового підприємства продиктована низкою важливих положень:

- в концептуальному плані думка стосовно підвищення безпеки та гарантії здійснення закупівель за наявності багатьох джерел матеріа-

лозабезпечення (постачальників) змінюється тенденцією мінімізації кількості джерел аж до використання одного постачальника;

- піддається сумніву концепція традиційних відносин між покупцем і продавцем щодо купівлі-продажу. Потрібні більш тісні відносини з продавцем та співробітництво з ним у питаннях організації постачання і створення системи гарантованої якості;

- переговори стосовно ціни стають популярнішими, ніж конкурс комерційних пропозицій;

- довгострокові договори (контракти) про співробітництво заміняють одноразові і короткотермінові закупівлі [1, с. 141].

Це зумовлює зростання активності закупівельних підрозділів промислового підприємства, оскільки їхня діяльність трансформується з технічного переукладання угод з наявними постачальниками у постійну роботу, пов'язану з аналізом ринку, запитами споживачів, пошуком більш ефективних постачальників та участю в переговорному процесі.

Водночас провідною ідеєю, що лежить в основі сучасного маркетингу, є ідея задоволення потреб кінцевих споживачів або потреб організацій: «Знайди потребу споживача і постарайся задовольнити її». Тому виробництво товару повинно бути спрямоване насамперед на задоволення потреб людини або потреби організації-споживача. Потреба – це відчуття нестачі чогось, нужда, що набула конкретної специфічної форми. У промисловому маркетингу рушійною силою діяльності підприємства є нужда організації-споживача в тому або іншому товарі виробничо-технічного призначення, незалежно від того, споживає цей замовник товар для внутрішніх потреб організації чи використовує як проміжний матеріал (сировину), виробляючи інший кінцевий продукт для виходу з ним на цільовий ринок. Однак це відчуття нестачі промисловим покупцем не є первинним, воно є щільно залежним від потреби кінцевого споживача. Саме тому ми говоримо про вторинний характер потреби та попиту на ринку товарів промислового призначення.

Промисловий покупець за появи своєї нужди в закупівлі і під час здійснення цієї закупівлі має інші установки та процедури, чого, зазвичай, немає в практиці споживчого маркетингу:

- по-перше, промислові організації-покупці закуповують товари і послуги з метою отримання прибутку, скорочення витрат, задоволення потреб своєї внутрішньої клієнтури, виконання яких-небудь суспільних чи юридичних зобов'язань;

- по-друге, в процесі ухвалення рішення про закупівлю для потреб організації формально бере участь більша кількість осіб, ніж коли йдеться про споживчі покупки. Зазвичай учасники процесу ухвалення рішення виконують різні обов'язки в структурі організації і підходять до рішення про закупівлю з різним переліком критеріїв;

– по-третє, фахівці із закупівель зобов'язані слідувати офіційним установкам, лімітам та іншим вимогам своїх компаній;

– по-четверте, під час промислових закупівель має місце практика запиту пропозицій, складання договорів купівлі-продажу тощо.

Маркетинг закупівель покликаний сприяти формуванню оптимального з погляду потреб компанії товарного асортименту. Він націлений на виявлення необхідних якісних товарів у необхідній кількості і в той час, коли вони потрібні для задоволення споживчого попиту.

Маркетинг закупівель містить комплекс інструментів, покликаних виявляти джерела закупівель необхідних матеріалів, досліджувати споживчий попит, формувати та надавати замовлення постачальникам, здійснювати поставки потрібної продукції.

Закупівельна діяльність пов'язана із суперечністю: закупівельники прагнуть до закупівлі великої кількості матеріалів, сировини тощо, але водночас вони відчують необхідність в ефективному управлінні фондами, що є можливим лише за їх мінімізації. Якраз вирішенню цієї суперечності сприяє маркетинг закупівель.

Аналізуючи особливості маркетингу на промисловому ринку, спостерігаємо думку, яка фактично демонструє єдність двох складників маркетингу (маркетингу закупівель та маркетингу збуту) в орієнтації на кінцеву мету діяльності підприємства (рис. 1).

У сучасній науковій літературі часто бачимо дефініції на кшталт «маркетингове управління закупівлями», «маркетингові підходи до закупівель», «управління закупівлями», «закупівельна логістика», натомість поняттю «маркетинг закупівель» приділяється обмаль уваги. Водночас сьогодні роль закупівель у діяльності підприємства еволюціонувала та трансформувалася з банального вибору необхідного продукту на ринку у вибір ефективного постачальника та управління відносинами з ним.

З.П. Кіктенко, І.В. Купа, І.В. Ніколаєнко визначають маркетинг закупівель як маркетинг відно-

син, який поєднує в єдину систему конкретних виробників, оптову і роздрібну торгівлю з конкретними споживачами, де найбільш активну роль відіграє підприємство, яке здійснює закупівлю [3, с. 102; 4, с. 10].

В.Д. Хурдей та Н.К. Грубіч натомість зазначають, що «маркетинг закупівель – це управління матеріальними потоками в процесі забезпечення підприємства матеріальними ресурсами» [5, с. 319].

Ми вважаємо тлумачення маркетингу закупівель як маркетингу відносин більш чітким та правильним, оскільки трактування маркетингу закупівель як діяльності з управління матеріальними потоками стосується швидше терміну «логістика» і є більш доречним для трактування поняття «закупівельна логістика».

Маркетинг закупівель забезпечує досягнення загальних цілей підприємства шляхом формування його матеріально-технічної бази для створення товару, що задовольняє потребу споживача. Таким чином, ми дотримуємося думки про те, що виникнення та використання терміна пов'язане із поширенням використання маркетингово-орієнтованої концепції, концепції соціально-етичного маркетингу та маркетингу відносин. Тобто фактично впровадження маркетингу закупівель у науковий та практичний обіг припадає на другу половину ХХ – початок ХХІ століття.

Якщо притримуватися твердження про те, що «закупівля – це придбання необхідних товарів у необхідній кількості за необхідною ціною з доставкою в необхідний час у потрібне місце» [6, с. 38], то очевидним є факт використання ідентичного інструментарію маркетингом закупівель із звичайним маркетингом. Бачимо, що класичний набір інструментів комплексу маркетингу (ціна (price), товар (product), просування (promotion) та розповсюдження (place)) є універсальним для будь-яких напрямів маркетингової діяльності.

Класичними завданнями закупівельної діяльності на промисловому підприємстві можемо визначити:

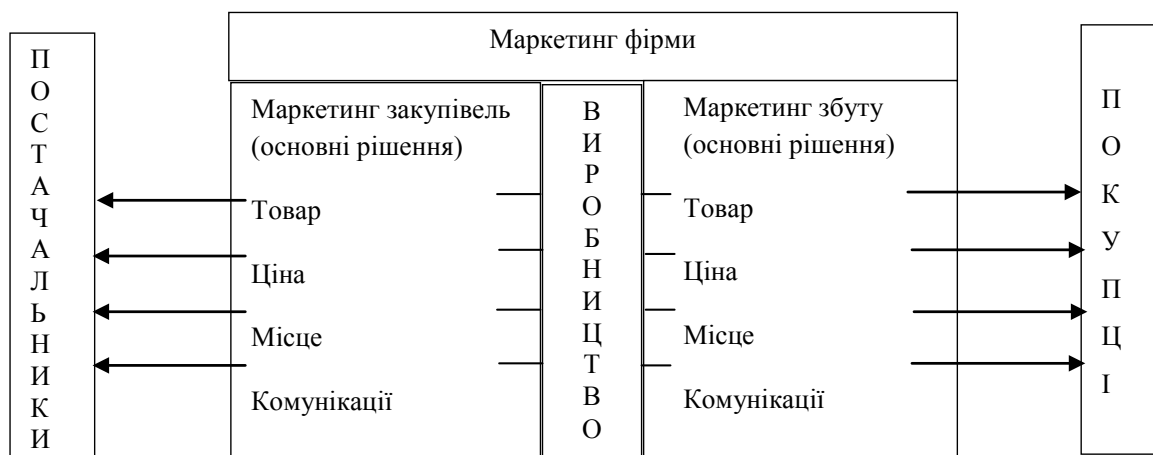


Рис. 1. Місце маркетингу закупівель у маркетингу фірми [2]

1) забезпечення наявності необхідної продукції в необхідний час у потрібному місці. Це є необхідною умовою забезпечення безперебійності функціонування промислового підприємства, однією з особливостей діяльності якого є те, що продукція, яка ним виробляється, часто є заздалегідь законтрактованою. В такій ситуації будь-які перебої у постачанні необхідних ресурсів можуть призвести до конфліктних ситуацій із покупцями;

2) відповідність якості продукції технічним вимогам. Для цього технічні вимоги до продукції детально розробляються на етапі планування закупівлі. Варто зауважити той факт, що закупівлі на ринку товарів промислового призначення мають раціональний характер, покупці є фахівцями, що практично унеможлиблює купівлю-продаж низькоякісної продукції, яка не відповідає стандартам. Ми також бачимо спрямування закупівельної діяльності на якомога краще задоволення потреби кінцевого споживача, що досягається в результаті підвищених вимог до якості;

3) низька ціна, яка не відображається на наявності та якості продукції. Незначне зниження ціни на товар приносить відчутну економію для бюджету компанії через те, що закупівля необхідних товарів здійснюється у великих кількостях. Однак абсолютно неприпустимим є зниження ціни із втратою якості та збільшенням ризику отримання продукції вчасно. Зриви поставок чи поставки продукції різної якості відобразяться на якості кінцевої виготовленої продукції та неможливості вчасно задовольнити потреби своїх споживачів. Це може призвести до виникнення репутаційних ризиків та створення іміджу компанії як ненадійного і нестабільного партнера. Для ринку товарів промислового призначення іміджеві проблеми можуть мати катастрофічні наслідки через те, що учасників на цьому ринку небагато, і більшість із них добре знають один одного;

4) сервісне обслуговування, що збільшує цінність продукції під час її використання. Забезпечення технічної підтримки використання товару, програмне забезпечення, ремонт і обслуговування обладнання є неодмінним атрибутом маркетингу закупівель. Фактично, отримуючи сервіс, компанія-покупець відчуває вищий ступінь задоволення своєї потреби. Чим вищий ступінь задоволення, тим вищі шанси на налагодження довготривалих відносин із продавцем;

5) міцні довготермінові відносини з постачальником та пошук нових джерел поставок. Компанія, з одного боку, зацікавлена у налагодженні довготривалих відносин зі своїми постачальниками, якщо вони повністю задовольняють її потреби. Це дає їй можливість безперебійно отримувати необхідну кількість товару належної якості для забезпечення виробничого процесу та дотримання своїх зобов'язань перед клієнтами. Однак це не означає, що немає мотивації до пошуку альтернативних джерел постачання. Альтернативні постачальники можуть пропону-

вати якіснішу продукцію, привабливіші умови та нижчу ціну. В такій ситуації, безумовно, є сенс диверсифікувати джерела постачання і зменшувати залежність від одного джерела. В умовах, коли об'єктом купівлі є стандартизований товар, пошук нового постачальника зводиться винятково до пошуку дешевшого джерела постачання без втрати інших атрибутів купівлі.

Н.В. Розумна зазначає, що «закупівельна діяльність промислового підприємства взаємодіє і впливає на функціонування всіх розділів підприємства: від виробництва до реалізації готової продукції. Від ефективності маркетингу закупівель залежить не тільки отримання і максимізація прибутку підприємства, але й найголовніше сьогодні – конкурентоспроможність продукції, можливості розвитку підприємства в довгостроковій перспективі» [7, с. 131].

Тому вважаємо, що використання маркетингу закупівель у діяльності промислового підприємства є цілком виправданим кроком, результатом якого є формування спеціалізованих підрозділів. Зазвичай на промислових підприємства формуються т. зв. «закупівельні центри», які відіграють вагомий роль у процесі здійснення закупівлі. Їх головними завданнями є:

- дослідження ринку сировини і матеріалів;
- визначення потреби в матеріально-технічних ресурсах;
- складання плану закупівель;
- вибір постачальників;
- складання угод із постачальниками, транспортними організаціями на поставку сировини і матеріалів;
- приймання матеріальних ресурсів на склади;
- встановлення ліміту на матеріали для цехів та оформлення документів для видачі в цехи;
- контроль за станом норм виробничих запасів;
- забезпечення зберігання матеріальних ресурсів;
- участь у виставках, ярмарках тощо [8, с. 155].

Реалізація цих завдань дає можливість виконувати головні функції маркетингу закупівель, а саме задоволення підприємства необхідними товарами визначеної якості у необхідній кількості в конкретний момент часу для забезпечення можливості виробництва товарів та послуг, покликаних задовольняти потреби кінцевих споживачів.

Висновки. Сьогодні маркетинг закупівель для України є новим явищем. Очевидними чинниками, що визначають таку ситуацію, є кризові явища економіки та ненасиченість ринку вітчизняними товарами та послугами. Тому фактично маркетинг у промисловості зводиться до того, що виробник виробляє те, що може, а не те, чого потребує споживач. Ми переконані, що такий підхід не має майбутнього, тому актуальність переорієнтування маркетингу на споживача є вкрай назрілою, бо в умовах глобалізованого світу, якщо вітчизняний виробник не зможе задовольнити свого споживача, це зробить глобальний продавець.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мальченко В.В. Маркетинг в управлінні закупівлями на підприємстві / В.В. Мальченко // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: О.О. Беляєв (відп. ред.) [та ін.]. Київ: КНЕУ, 2013. Вип. 30. С. 140–147.
2. Король А.Н. Маркетинг закупок: сущность и содержание / А.Н. Король // Практический маркетинг. № 5. 2004. URL: <https://www.cfin.ru/press/practical/2004-05/05.shtml>.
3. Кіктенко З.П. Взаємодія маркетингу та закупівель при управлінні запасами / З.П. Кіктенко, І.В. Купа // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. 2013. № 3. С. 101–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2013_3_20.
4. Ніколаєнко І.В. Маркетинг закупівель: конспект лекцій для студентів напрямів підготовки 6.030507 «Маркетинг» та 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво» денної та заочної форм навчання, в тому числі перепідготовка спеціалістів за спеціальністю 7.03050701 «Маркетинг» / І.В. Ніколаєнко. К.: НУХТ, 2014. 50 с.
5. Хурдей В.Д. Особливості маркетингу закупівель в системі агропостачання / В.Д. Хурдей, Н.К. Грубіч // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Випуск 1(6). Том 2. С. 318–321.
6. Узбстер Ф. Основы промышленного маркетинга / Ф. Узбстер. Москва: Издательский дом Гребенникова, 2005. 416 с.
7. Розумна Н.В. Актуальні питання маркетингу закупівель, планування потреби матеріальних ресурсів промислового підприємства / Н.В. Розумна // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 2. С. 131–138.
8. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: підруч. / О.Ф. Оснач, В.П. Пилипчук, Л.П. Коваленко. К.: Центр учбової літератури, 2009. 364 с.

РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

DEVELOPMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS CONCEPT

Левченко Я.С.

Doctor of Social sciences in Economics (Lithuania)

доцент кафедри економіки та підприємництва,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Інвестиційна привабливість залишається категорією, що розвивається, і багатогранною концепцією, яка створена суспільством. На підставі проведеного аналізу розроблення концепції у дослідженні інвестиційна привабливість визначається як складна концепція, яка складається з безлічі факторів, які визначають її та впливають на кінцеві результати інвестування. Аналіз наукової літератури показав, що інвестиційна привабливість підприємства – це конкурентоспроможність, або здатність підприємства витримувати конкуренцію протягом тривалого періоду часу, бізнес-можливість, інструмент для збільшення здатності підприємства підтримувати свою частку ринку та залишатися продуктивним.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, забезпечення інвестиційної привабливості, інвестиційна активність, інвестиційна спроможність, інвестиційний клімат.

Инвестиционная привлекательность остается категорией, которая развивается, является многогранной концепцией, созданной обществом. На основании проведенного анализа разработки концепции в исследовании инвестиционная привлекательность определяется как сложная концепция, которая состоит из множества факторов, определяющих ее и влияющих на конечные результаты инвестирования. Анализ научной литературы показал, что инвестиционная привлекательность предприятия – это конкурентоспособность, или способность предприятия выдерживать конкуренцию в течение длительного периода времени, бизнес-возможность, инструмент для увеличения способности предприятия поддерживать свою долю рынка и оставаться продуктивным.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, обеспечение инвестиционной привлекательности, инвестиционная активность, инвестиционная способность, инвестиционный климат.

Investment attractiveness remains a category that develops, is a multifaceted concept created by society. Based on the analysis of concept development, the investment attractiveness is defined as a complex concept in the study, which consists of many factors that determine it and which affect the final results of investment. Analysis of scientific literature has shown that the investment attractiveness of an enterprise is the competitiveness or ability of an enterprise to withstand competition for a long period of time, a business opportunity, a tool to increase the ability of an enterprise to maintain its market share and remain productive.

Key words: investment attractiveness, investment attractiveness, investment activity, investment ability, investment climate.

Постановка проблеми. Сучасна економіка характеризується інноваціями та змінами. Цей період вважається найбільш сприятливим для реструктуризації діяльності підприємств, пов'язаних із впливом різних факторів на інвестиційну діяльність.

Це дослідження здійснюється з метою розроблення процедури оцінки та забезпечення інвестиційної привабливості підприємств у контексті регіонального розвитку, використовуючи досвід розвинених країн, задля уникнення непотрібних процедур. Такий підхід дасть змогу, з одного боку, спростити процедуру оцінки інвестиційної привабливості підприємств у контексті регіонального розвитку, а з іншого боку – привернути увагу органів влади до забезпечення та підтримки

інвестиційної привабливості підприємства в контексті регіонального розвитку.

На цій підставі виникає потреба в теоретичних засадах, спрямованих на оптимізацію інвестиційної діяльності підприємств. Крім того, щоб уточнити концептуальний апарат інвестиційної діяльності підприємства, необхідно переглянути наявні підходи до вдосконалення безпосередньо інвестиційної привабливості підприємства в напрямі адекватної діагностики його стану, визначення інтегральних показників та критеріїв оцінки.

Доцільно розпочати наукову роботу над цією проблемою, розглянувши поняття «інвестиційна привабливість».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Снієска & Зукієне (2015) розглядають інвестиційну привабливість як сприятливе для інвести-

цій середовище, регіон із наявними природними ресурсами та концентрацію потенціалу робочої сили. Вигідне інвестиційне середовище характеризується ефективною інвестиційною діяльністю, оптимальною податковою системою та розвинутою фізичною інфраструктурою.

Бірнлейтнер (2014) розглядає інвестиційну привабливість як комплексне явище, яке складається з п'яти основних факторів, таких як політичний/правовий, економічний, соціальний, технологічний та міжкультурний. Він зазначив, що країни можуть збільшити свою інвестиційну привабливість для прямих іноземних інвестицій, зосереджуючи увагу на політичній стабільності, прозорості та стабільних економічних умовах.

Мустафакулов (2017) вважає, що інвестиційна привабливість є тільки статусом і можливістю економічної системи (країни, регіону або підприємства).

На думку Дорожинські & Куна-Марсшале (2016), районами, привабливими для інвесторів, є ті, які допомагають знизити інвестиційні витрати й експлуатаційні витрати, які сприяють максимізації прибутку і обмеженню потенційного ризику невдачі, а основним показником інвестиційної привабливості є прямі іноземні інвестиції.

На думку Літавініце (2014), привабливість визначають фактори, необхідні для забезпечення довгострокового розвитку і способу зміцнення конкурентних переваг.

Ігоніна (2012) вважає, що умовами для здійснення інвестиційного процесу в ринковій економіці є специфічні форми, що відображають особливості взаємодії суб'єктів інвестування в системі ринкових відносин:

- наявність значної, різноманітної за формами власності структури інвестиційного капіталу, що характеризується переважанням приватного інвестиційного капіталу порівняно з державним;

- наявність міжгалузевої мережі фінансових посередників, що сприяє реалізації інвестиційного попиту та пропозиції;

- наявність розвинутого ринку об'єктів інвестування (інвестицій);

- розподіл інвестиційного капіталу між об'єктами інвестування відповідно до економічних критеріїв оцінки інвестиційної привабливості.

Оскільки ефективність інвестиційного процесу та ІП інвестиційного об'єкта є взаємопов'язаними, автор вважає важливим визначити сутність терміна «інвестиційна привабливість підприємства» та пов'язаних із нею категорій для визначення кількісних та якісних показників, які слід розглядати в порядку побудови ієрархічної системи вдосконалення ІП.

Постановка завдання дослідження. Метою статті є розроблення концепції інвестиційної привабливості підприємства з урахуванням кількісних та якісних факторів на рівні підприємства, регіону та держави.

Для досягнення поставленої цілі необхідне рішення таких завдань:

- дослідити та проаналізувати підходи науковців до розуміння концепції «інвестиційна привабливість»;

- інтегрувати різні підходи до розуміння концепції «інвестиційна привабливість»;

- проаналізувати фактори впливу на інвестиційну привабливість;

- на основі реалізації вищезазначених двох завдань запропонувати визначення концепції «інвестиційна привабливість».

Виклад основного матеріалу. Синтез мультіальтернативного опису кінцевого стану концепції «інвестиційна привабливість». Єдиний підхід до визначення ІП в економічній літературі відсутній. Детальний аналіз запропонованої вченими структури концепції ІП та методів її оцінки виявив значні відмінності.

Таким чином, Валінунова та Казакова (2011) стверджують, що термін «інвестиційна привабливість» використовується без контекстного та категоричного змісту, що прирівнює його до інвестиційного ризику, інвестиційного потенціалу або фінансового потоку. Тому автори пропонують визначити ІП як «сукупність різних об'єктивних ознак, властивостей, засобів, можливостей економічної системи, що визначає потенційний платоспроможний попит на інвестиції». Водночас учені вважають концепції інвестиційної діяльності, інвестиційної активності та інвестиційного ризику близькими та ототожнюють їх.

Інвестиційна активність – це відношення поточного обсягу інвестицій до попереднього; це може розглядатися як допоміжний елемент під час вивчення проблем інвестиційного характеру без аналізу та оцінки їхніх властивостей та незалежно від їх впливу на інші компоненти інвестиційного процесу, а також результат взаємодії інвестиційного попиту та попиту загалом. Таким чином, ІП є «загальною характеристикою сильних та слабких сторін об'єкта інвестування з погляду інвестора відповідно до критеріїв, сформованих ним» (Валінунова та Казакова, 2011).

Аналогічну думку приводять Лещенко, Денин і Марущак (2012), які визначають ІП як невід'ємну особливість і пропонують визначити ІП як комбінацію трьох основних компонентів:

- інвестиційна спроможність – обсяг інвестицій, необхідних для задоволення попиту, який визначається наявністю продуктів з особливими характеристиками споживання та капіталовкладеннями, необхідними для його виробництва;

- інвестиційна привабливість – ступінь здатності підприємства до цілеспрямованого використання інвестицій та здатність максимально ефективно використовувати свої власні ресурси та можливості;

- інвестиційна безпека – індикатор, який визначається наявністю та довготривалим функціонуванням юридичних документів, що регламентують умови діяльності підприємства та інвесторів.

Рісніренко, Бондар та Никонов (2008) вважають, що ІП є «невід'ємною характеристикою окремого підприємства, галузі, регіону, держави з погляду перспектив розвитку, прибутковості інвестицій та рівня інвестиційного ризику». І, на думку вчених, відповідною концепцією являється саме інвестиційний потенціал – «кількісна характеристика, що враховує основні макроекономічні показники, насичення території факторами виробництва, рівень доходів населення та споживчий попит».

Маловичко (2011) має інший погляд на визначення ІП. На думку вченого, ІП є «ступінь здатності потенційного інвестора інвестувати в підприємство з певними характеристиками своєї господарської діяльності, що відповідає заздалегідь визначеній кореляції ризикованості та рентабельності інвестицій».

Бланк (2004) має подібний погляд і визначає ІП як «загальну характеристику переваг та недоліків інвестування в окремі сфери та об'єкти з погляду індивідуального інвестора».

Крилов (2013) вважає ІП незалежною економічною категорією, яка характеризується стабільністю фінансового стану підприємства, рентабельністю капіталу, цін на акції та рівнем дивідендів і формується за рахунок конкурентоспроможності продукції та орієнтації клієнта на підприємство. На думку вчених, рівень інноваційної діяльності в контексті стратегічного розвитку має важливе значення для покращення ІП підприємства.

На думку Топсахалова, Лепшокова та Ходжчуєва (2009), ІП слід розглядати в її вузькому і широкому значенні. З одного боку, ІП є невід'ємним результатом відображення динаміки, поточного та прогнозного стану суб'єкта, а з іншого боку, це система соціально-економічних, політичних, фінансових та адміністративних відносин, що виникають у зв'язку з доцільністю інвестування в конкретну господарську одиницю. Тобто це економічна категорія, яка характеризується ефективним використанням ресурсів, здатністю до саморозвитку на основі збільшення рентабельності капіталу, технічного та економічного рівня виробництва, якості та конкурентоспроможності продукції. Крім того, вчені вважають, що ІП визначається безліччю різних факторів, список та вплив яких можуть відрізнятися і варіюватися залежно від уподобань інвесторів, а також від промислових та технічних особливостей підприємства, в яке впливають інвестиції, якості його економічного розвитку у минулому, тепер та в майбутньому.

Бандурин і Чуб (2016), Басалай та Хорунжий (2010) використовують термін «інвестиційна привабливість» для визначення надійності позичальників шляхом групування їх на основі показників формальної та неформальної оцінки діяльності підприємства. Аналіз запропонованих інтерпретацій ІП дає змогу виявляти такі невірішені питання:

– відсутність характеристик ІП як структурно-формуєного складника системи забезпечення ІП (критерії оцінки інституційного, організаційного, інформаційного середовища);

– ІП не розглядається як активний складник процесу «купівля та продаж»: чим вища ринкова вартість об'єкта інвестування, тим вище ІП;

– відсутність опису ІП з позиції системи та цілеспрямованого підходу: рівень ІП підприємства є інформаційно значущим як для інвесторів, так і для об'єкта інвестування, тому для визначення цього рівня повинна існувати відповідна база даних і вичерпний перелік чинників, які впливають на рівень ІП підприємства.

Широке розуміння інвестиційної привабливості полягає в тому, що це сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, зовнішніх та внутрішніх факторів, які сприяють або перешкоджають процесу інвестування в національну економіку на макро-, мезо- та мікрорівні (Крупка & Бачинський, 2014).

Найбільш популярне сучасне визначення інвестиційної привабливості було запропоновано Гданським інститутом ринкової економіки (iBNGR). На думку авторів, інвестиційна привабливість розуміється як сукупність стимулів для інвестицій, тобто пропонує широкі переваги, які можуть бути отримані під час ведення господарської діяльності в певних сферах. Вони пов'язані з особливостями регіону, де розвивається певна економічна діяльність. Ці переваги визначаються як фактори місця розташування. Це категорія, яка суттєво впливає на процес прийняття рішень, пов'язана з місцями ділової активності. З цього погляду регіон, який є привабливим для інвесторів, є тим, який робить найкраще місце для прямих іноземних інвестицій. Отже, можна дійти висновку про те, що інвестиційна привабливість має реальний характер і відображається в рішеннях інвесторів про передачу їх капіталу.

Купець (2005), аналізуючи термін «привабливість», стверджує, що це означає володіння такими атрибутами, які апелюють, залучають та викликають інтерес через їх унікальність та винятковість. Таким чином, привабливість – це пасивне поняття, але його можна перетворити на активне, коли його використовують для стимулювання середовища. Це чинник, який може залучати та заохочувати різні види підприємницької діяльності. Це забезпечує різні форми співпраці та впровадження всіх інновацій. Автор порівнює привабливість із поняттям конкурентоспроможності, що передбачає суперництво, конкуренцію та перемогу або навіть боротьбу з економічним суб'єктом, який працює в аналогічній сфері бізнесу. Конкурентоспроможність, на відміну від привабливості, активна й іноді нагадує боротьбу. Тому можна констатувати, що можна конкурувати за привабливість.

Нізельська (2012) визначила, що ІП є хорошою умовою для встановлення ділової активності в певній сфері.

Згідно зі звітом щорічного дослідницького проекту, проведеного командою GIME спільно з Фондом Конрада Аденауера, інвестиційна привабливість є багатовимірною справою, що складається з багатьох факторів та показників.

Крім того, проєкція запропонованого визначення дає змогу дійти висновку про те, що ефективна система забезпечення ІП окремих підприємств дасть змогу підвищити загальний рівень ІП країни загалом, що пояснюється покращенням інвестиційного іміджу в більш високі рівні ієрархії та зменшить негативний вплив зовнішніх факторів, незалежних від функціонування окремого підприємства. На думку автора цього дослідження, поняття «інвестиційна привабливість» нерозривно пов'язане з поняттям «інвестиційний клімат», що підтверджується визначеннями, запропонованими в науковій літературі.

Валінурова (2011) визначає, що інвестиційний клімат є економічними, фінансовими та іншими умовами, що впливають на ефективність інвестицій, і вважає, що ця категорія тісно поєднана з категоріями інвестиційної привабливості та інвестиційної активності.

Гурсой (2012) зосереджує увагу на великих перешкодах, з якими стикаються інвестори. Результати його дослідження вказують на те, що найбільш серйозною проблемою для інвесторів є політична нестабільність, державне регулювання, інфраструктура, безпека чи корупція, які є головними стримуючими притоками інвестицій.

Результати, отримані Головай, Рочман & Лаес (2013), вказують на те, що показниками, які впливають на інвестиційний клімат, є стабільність доходів, висока рентабельність інвестицій (Return on Assets), висока валова маржа, розмір компанії та ліквідність акцій.

Єршова (2017) в своїх дослідженнях виявляє та систематизує фактори, що обмежують розвиток інвестиційного співробітництва, та визначає можливі шляхи подолання цих проблем. Вона визначила 3 групи факторів:

- зовнішня – пов'язана з проблемами інвестиційного клімату;
- внутрішня – пов'язана з особливостями системи виробництва та управління;
- інші фактори – неекономічними чинниками, які в основному стосуються культури бізнесу та інформаційних питань.

Логінова (2009) впевнена, що основними складниками інвестиційного клімату стали інформаційні фактори освіти, а саме рівень освіти, вміння використовувати знання як економічну перевагу. Передусім ці фактори значно формують потенціал підприємств і потенціал регіону (країни) загалом (Логінова, 2009).

Охотіна і Лавріненко (2015) погоджуються з думкою Логінової та стверджують, що важлива роль освіти у поліпшенні інвестиційного клімату в регіоні та конкурентоспроможності підприємств зумовлена насамперед зміною ролі інформації в суспільстві та кожній індивідуаль-

ній компанії, де інформація стає стратегічним ресурсом, як і інші традиційні матеріальні та енергетичні ресурси.

Царьов (2012) інтерпретує інвестиційний клімат як «сукупність соціальних, економічних, політичних та фінансових факторів, які обумовлюють ступінь привабливості інвестиційного ринку та визначення ступеня інвестиційних ризиків».

Коморі (2011) характеризує інвестиційний клімат як «ситуацію в країні з погляду іноземного підприємця, який інвестує свій капітал в економіку».

Тобто оцінка інвестиційного клімату враховує зовнішньоекономічну ситуацію, внутрішню соціально-політичну та економічну ситуацію в країні, а також перспективи їх розвитку. Отже, інвестиційний клімат є сукупністю факторів, які доцільно об'єднувати в групи. Перша група відображає можливість інвестора отримувати прибуток, другий визначає структуру інвестиційних ризиків.

Кочемасова (2013) визначила ІП як групу суб'єктивних факторів, таких як законодавчі та правові умови для інвестицій.

Сінкієне & Кромалсас (2010) стверджують, що під час визначення привабливості важливо насамперед зосередити увагу на задоволенні потреб цільової групи. На відміну від неї, Закірова (2016) визначає інвестиційну привабливість як самостійну економічну категорію, сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів, а також якісні та кількісні показники інвестиційного потенціалу будь-якого рівня економічної системи – державного, регіонального, галузевого, і рівень господарюючих суб'єктів. Оскільки характер цих факторів визначає необхідність врахування ІП підприємств, в цьому дослідженні були підведені підсумки всіх цих факторів (див. рис. 1).

Серед якісних чинників на рівні окремих підприємств можна виділити індикатори, що характеризують інвестиційний ризик, ступінь задоволеності регіону, а серед кількісних – інтенсивність фінансових потоків підприємства (ліквідність активів і капіталу, рівень платоспроможності), фінансовий стан (рентабельність підприємства, балансова вартість основних засобів тощо). У свою чергу, фактори, що впливають на ІП на рівні підприємства, частково формують галузеві (регіональні) чинники, а останні формують фактори, що впливають на ІП на національному рівні. Розглядаючи чинники на рівні сектору або регіону в поєднанні з факторами на рівні підприємства, можна простежити тісні відносини.

Крім того, проєкція запропонованої ієрархії (рис. 1) дає змогу припустити, що ефективна система забезпечення ІП окремих підприємств дасть змогу поліпшити загальний ІП галузі та держави загалом, що, у свою чергу, через покращення інвестиційного іміджу на більш високих рівнях ієрархії зменшить негативний вплив зовнішніх факторів, незалежних від функціонування окремого підприємства. На думку автора дослідження, поняття «інвестиційна привабливість» нерозривно пов'язане з поняттям «інвестицій-



Рис. 1. Фактори, що впливають на інвестиційну привабливість (розроблено на базі досліджень Андраш (2012), Закірова (2016), Рочман і Лаус (2013), Ершова (2017))

ний клімат», що підтверджується визначеннями, запропонованими в науковій літературі. Валінурова (2011) визначила, що інвестиційний клімат є економічними, фінансовими та іншими умовами, що впливають на ефективність інвестицій, і розглядає цю категорію як поєднання інвестиційної привабливості та інвестиційної активності.

Гурсой (2012) зосереджує увагу на великих перешкодах, з якими стикаються інвестори. Результати його дослідження вказують на те, що найбільш серйозною проблемою для інвесторів є політична нестабільність, державне регулювання, інфраструктура, безпека чи корупція, які є головними стримуючими притоками інвестицій.

За словами автора, концептуальний апарат інвестиційної діяльності підприємства містить основне визначення «інвестиційної привабливості» в контексті регіонального та державного розвитку.

Висновки. Проведений теоретичний аналіз інвестиційної привабливості підприємства та

його системи виявив невизначеність і множинність. Розглядаючи різні теоретичні підходи до поняття ІП, його структуру та закономірності процесу її формування, встановлено, що:

а) концепція інвестиційної привабливості підприємства залишається такою, що розвивається, і є багатогранною системою, що охоплює не тільки діяльність підприємств, але й зовнішні умови регіону (або галузі) та держави загалом;

б) дотепер відсутнє загальноприйняте визначення інвестиційної привабливості підприємств;

с) концепція інвестиційної привабливості підприємства виникла внаслідок сприйняття кількісних та якісних інтересів з метою забезпечення довгострокового сталого економічного розвитку та підвищення рівня суспільного добробуту;

г) інвестиційна привабливість підприємства – це концепція, створена суспільством, а отже, є зміною громадських настроїв та умов, в яких існують певні суб'єкти суспільства, які впливають на її розвиток;

е) сталий розвиток підприємства в регіоні (або секторі) є основою для розвитку інвестиційної привабливості цього регіону (або сектору).

Що стосується аналізу розвитку та структури концепції інвестиційної привабливості підпри-

ємства, то в дослідженні інвестиційна привабливість підприємства визначається як складна концепція, яка складається з безлічі факторів (чинників), які визначають її та впливають на кінцеві результати інвестування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Birnleitner, H. (2014). Attractiveness of Countries for Foreign Direct Investments from the Macro-Economic Perspective. Proceedings of FIKUSZ '14 Symposium for Young Researchers. Austria, 29–40. Available at: <https://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/03-Helmut-Birnleitner.pdf>.
2. Dorożyński, T., Kuna-Marszałek, A. (2016). Investments Attractiveness. The Case Of The Visegrad Group Countries. Comparative Economic Research, 19(1). doi: 10.1515/cer-2016-0007
3. Ershova, N. (2017). Investment climate in Russia and challenges for foreign business: The case of Japanese companies. Journal of Eurasian Studies, 8(2), 151–160. doi: 10.1016/j.euras.2017.03.001
4. Grinko, A., Bochulia, T., Grynko, P., Yasinetska, I., Levchenko, I. (2017). Formation of the concept of intellectualization information provision for managing an enterprise. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 5 (3(89)), 4–14. doi: 10.15587/1729-4061.2017.111859
5. Gursoy, F. (2012). Changing of the Investment Climate of Georgia after the War. Procedia. – Social and Behavioral Sciences, 62, 1303–1307. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.223
6. Komori, Y. (2011). International Relations II: The Politics of International Economic Relations. Michigan State University James Madison College.
7. Krupka, Y. D., Bachinskiy, V. (2014). Estimation of investment attractiveness for enterprises in Ukraine. The Małopolska School of Economics in Tarnów Research Papers Collection, 25(2), 117–125.
8. Kupiec, L., Kopczuk, A., Proniewski, W. (Eds.) (2005). Atrakcyjność regionu a sposób rozprzestrzeniania się innowacji i rozwoju społeczno-gospodarczego. In: Atrakcyjność inwestycyjna regionu. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania. Białystok.
9. Litavniece, L. (2014). Risk management in provision of city attractiveness. Journal of Positive Management, 5(3), 3. doi: 10.12775/jpm.2014.016
10. Loginova, A.V. (2009). Influence of education over competitiveness of economic systems. Problems of modern economics, 2(30).
11. Mustafakulov, Sh.I. (2016). Regional capacity: Comparative analysis of theoretical and methodological approaches. Journal of Economy and Innovative technologies, 5. Available at: http://www.iqtisodiyot.uz/sites/default/files/maqolalar/37_Sh_Mustafaqulov.pdf.
12. Nizielska, A. (2012). The criteria, instruments, and determinants of investment attractiveness of Silesia: experts opinions. Journal of economics & management, 8, 53–70.
13. Ohotina, A., Lavrinenko, O. (2015). Education of Employees and Investment Climate of the Region: The View of the Heads of Enterprises. Procedia – Social and Behavioral Sciences, 174, 3873–3877. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.1127
14. Sinkiene, J., Kromalcas, S. (2010). Concept, Directions and Practice of City, Attractiveness Improvement. Viesoji politika ir administravimas – Public Policy and Administration, 31, 147–154.
15. Snieska, V., Zykiene, I. (2011). Fizinės infrastruktūros įtaka regioniniam patrauklumui. Economics and Management = Ekonomika ir vadyba, 6, 465–471.
16. Topsahalova, F. M.-G., Lepshokova, R.R., Koychueva, D.A. (2009). Sovremennoe sostoyanie i otsenka effektivnosti ispol'zovaniya investitsionnykh resursov v agrarnom sektore. Moscow: Izdatel'stvo Akademiya Estestvoznaniya, 216.
17. Valinurova, L.S. (2011). Innovatsionnoe razvitie regionov. Metodologicheskie osnovy i perspektivnye napravleniya. Moscow: Paleotip, 200. Available at: <http://www.iprbookshop.ru/10217.html>.
18. Андраш О.А. (2012). Управління інвестиційною привабливістю підприємств готельного господарства. Сімферополь, 179.
19. Бандурин А.В., Чуб Б.А. (1998). Инвестиционная стратегия корпораций на региональном уровне. Москва: Наука и экономика, 132.
20. Бланк И.О. (2004). Финансовый менеджмент. Киев: Елха, Ника-Центр, 656.
21. Игонина Л.Л. (2012). Теории экономических циклов и современные финансовые кризисы. Бюллетень Международного Нобелевского экономического форума, 1(1), 200–208. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmef_2012_1%281%29_21.
22. Кочемасова А.В. (2013). Прямые иностранные инвестиции как фактор инновационного роста российской экономики: приоритеты и новые возможности. Экономический анализ: теория и практика, 21, 19–31.
23. Крылов Е.И., Власова В.М., Егорова М.Г. и др. (2013). Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия. Москва: «Финансы и статистика», 192.
24. Маловичко А.С. (2011). Вплив ризик-менеджменту на інвестиційну привабливість підприємства. Донецьк.

ОБГРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: АСОРТИМЕНТ – ЯКІСТЬ – ЦІНА

GROUND FOR EFFECTIVE SUPPLY OF THE MARKETING STRATEGY OF THE ENTERPRISE: ASSORTMENT – QUALITY – PRICE

Лишенко М.О.

доктор економічних наук, доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

Бойко І.Ю.

магістр з маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

Білоус В.А.

магістр з маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

У статті розглянуто поняття ефективності маркетингу на підприємстві, визначено алгоритм оцінювання ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства та визначено рівень впливу основних чинників на маркетингову діяльність підприємства, зроблено вибір та обґрунтування стратегічного управління підприємством на засадах комплексу маркетингу, запропоновано використовувати основні стратегії диференціації на засадах маркетингу в сільськогосподарських підприємствах, зроблено розрахунок проектних показників ефективності роботи підприємства в результаті використання визначених маркетингових стратегій.

Ключові слова: маркетингова діяльність, стратегії, асортимент, якість, ціна.

В статье рассмотрено понятие эффективности маркетинга на предприятии, определен алгоритм оценки эффективности маркетинговой деятельности сельскохозяйственного предприятия и определен уровень влияния основных факторов на маркетинговую деятельность предприятия, сделан выбор и обоснование стратегического управления предприятием на основе комплекса маркетинга, предложено использовать основные стратегии дифференциации на принципах маркетинга в сельскохозяйственных предприятиях, произведен расчет проектных показателей эффективности работы предприятия в результате использования определенных маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, стратегии, ассортимент, качество, цена.

The article discusses the concept of marketing effectiveness at the enterprise, determines the algorithm for evaluating the effectiveness of the marketing activity of the agricultural enterprise and determines the level of influence of the main factors on the marketing activity of the enterprise, chooses and justifies the strategic management of the enterprise on the principles of the marketing complex, proposes to use the basic strategies of differentiation on the principles of marketing in agricultural enterprises, calculation of design by performance indicators of the company as a result of the use of certain marketing strategies.

Key words: marketing activity, strategy, assortment, quality, price.

Постановка проблеми у загальному вигляді.

З огляду на економічні, політичні, фінансові та інші чинники, які впливають на діяльність суб'єктів господарювання, необхідно впроваджувати нові інструменти та підходи у веденні аграрного бізнесу, що сприятиме їх ефективному функціонуванню в умовах жорсткої конкуренції і дасть можливість

зайняти відповідну «нішу» на ринку. Сільськогосподарські підприємства швидко реагують на зміни, що відбуваються на ринку, можуть оперативно змінювати свої виробничі програми залежно від впливу чинників зовнішнього середовища, тому сільськогосподарські підприємства потребують застосування особливого маркетингового підходу.

Тому актуальним є питання організації управління сільськогосподарськими підприємствами на засадах маркетингу, що базується на спеціальних прийомах і використанні специфічних інструментів, раціональних методів маркетингового менеджменту з урахуванням розміру, виду та специфіки діяльності підприємств.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розв'язанні актуальних завдань із розроблення теоретичних і науково-методичних основ концепції управління асортиментом, якістю, ціною та практичних пропозицій щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання обґрунтування ефективного забезпечення маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств отримали висвітлення у роботах вітчизняних учених: Л.В. Балабанової, О.Ю. Бочко, Н.І. Чухрай, І.М. Паски, Я.С. Ларіної, І. Соловйова, І.М. Яшиної та інших науковців. Водночас низка теоретичних і прикладних аспектів удосконалення асортименту, покращення якості продукції потребують подальшого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування ефективного забезпечення та вдосконалення маркетингової діяльності підприємства, розроблення та обґрунтування методичного підходу до вибору стратегій під час формування комплексу маркетингу в сільськогосподарських підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Для того щоб об'єктивно оцінити ефективність маркетингу, необхідна наявність таких елементів оцінювання, як суб'єкт оцінювання (маркетингова служба підприємства); об'єкт оцінювання (маркетингова діяльність підприємства); наявність методики оцінювання ефективності маркетингу. Ефективність маркетингу – це важливий показник діяльності підприємства, який показує ступінь досягнення поставлених перед маркетинговою службою цілей. Для об'єктивного оцінювання ефективності маркетингу необхідно оцінити всі напрями маркетингової діяльності: від реалізації управлінських функцій до застосування маркетингових інструментів, включаючи використання маркетингових ресурсів [8]. Сучасна система оцінювання ефективності маркетингової діяльності повинна також враховувати і можливості розповсюдження інформації через Інтернет, що є незамінним інструментом для отримання свіжої маркетингової інформації. Прибутковість як показник ефективності маркетингової діяльності розглядається у розрізі ефективності маркетингових заходів як загалом за підприємством, так і за певними елементами чи параметрами (наприклад, за географічними регіонами збуту продукції, видами покупців, методами збуту, розмірами та характером замовлення тощо). Також цей критерій ефективності маркетингової діяльності досліджують за

допомогою таких коефіцієнтів, як: прибуток на одиницю продукції, який визначають, віднімаючи від ціни одиниці продукції суму собівартості такої одиниці з урахуванням частки постійних витрат; маржинальний прибуток, що визначається діленням валового прибутку на ціну одиниці продукції; коефіцієнт прибутковості, за допомогою якого відображають частку прибутку у відсотках у ціні за одиницю випущеної та реалізованої продукції [10]. Вважаємо за доцільне здійснити моніторинг маркетингових показників, які, на нашу думку, повинні складатися з аналізу показників внутрішнього і зовнішнього маркетингового середовища та результатів ринкових досліджень. На основі цих показників можна виявити відхилення від плану чи проаналізувати динаміку змін, що надалі допоможе визначити рівень ефективності маркетингової діяльності (рис. 1).

У результаті проведених досліджень пропонуємо визначити рівень впливу чинників на ефективність маркетингової діяльності підприємства, використовуючи метод бальних оцінок (табл. 1).

Таблиця 1
Рівень впливу чинників на маркетингову діяльність*

Показники	Бали					
	5	4	3	2	1	0
Ціна товару	+					
Кадрова діяльність		+				
Обсяги продажу				+		
Маркетингові дослідження	+					
Фінансове забезпечення	+					
Рівень задоволення споживачів			+			
Якість товару**		+				
Маркетингові комунікації		+				

*5 – максимальний рівень впливу, 0 – мінімальний рівень впливу;

** перелік можна доповнити різними чинниками, які впливають на маркетингову діяльність конкретного підприємства, приміром, прямий продаж, реклама тощо

На основі проведених досліджень для визначення ефективності маркетингу пропонуємо формулу:

$$EM_j = \sum a_j = a_j + a_j + a_j + \dots + a_j, \quad (1)$$

де EM_j – ефективність маркетингу; a – назва показника; j – ваговий коефіцієнт показника.

Зазначимо, що визначення рівня ефективності маркетингу за цією формулою є актуальним на короткостроковий період. Цей підхід ґрунтується на експертному оцінюванні виконання на підприємстві таких функцій, як рівень

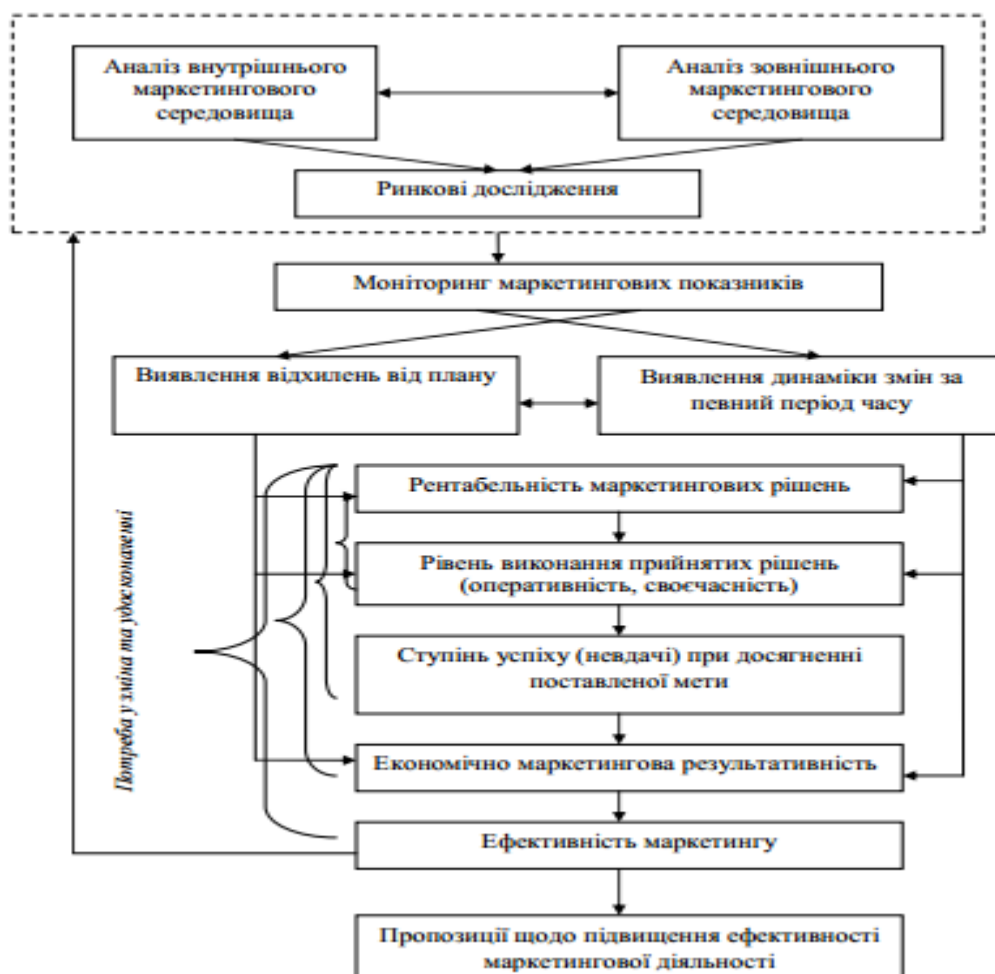


Рис. 1. Алгоритм оцінювання ефективності маркетингової діяльності сільськогосподарського підприємства [3, с. 22]

використання маркетингових комунікацій підприємством, рівень задоволеності споживача товаром, активність маркетингових досліджень, зростання (спадання) обсягу продажу, ціна товару тощо. Практично оцінюють рівень виконання цих функцій маркетингу експерти, якими можуть бути фахівці служби маркетингу підприємства [11, с. 108].

Отже, маркетинг відіграє ключову роль у веденні бізнесу, досягненні поставлених цілей, забезпеченні успішного ринкового функціонування, підвищенні рівня прибутковості підприємства тощо, а ефективний маркетинг у кілька разів покращує ведення діяльності. Для покращення ефективності маркетингу доцільно звернути увагу на реальні показники діяльності ринку, на якому функціонує підприємство, проаналізувати продукцію конкурентів, а також спеціалізацію сфери, галузі тощо.

Для досягнення поставлених підприємством цілей і завдань усі внутрішні процеси та умови повинні відповідати та сприяти реалізації стратегічних завдань, а механізм маркетингу підприємства повинен бути клієнтоорієнтованим

та володіти певним рівнем компетентності. Підприємства, що оптимізують свої внутрішні процеси, отримують прибуток [9, с. 70].

Сільськогосподарське підприємство, яке орієнтується на споживача та здатне передбачати й задовольняти свої потреби, в перспективі отримує очікуваний результат. Важливе місце у діяльності підприємства має відводитися вибору та обґрунтуванню таких маркетингових стратегій, які дадуть змогу йому зайняти вигідну нішу на ринку сільськогосподарських товарів та сприятимуть подальшому розвитку.

Вибір та обґрунтування стратегічного управління підприємством буде здійснюватися на засадах комплексу маркетингу. Незважаючи на те, що сільськогосподарський продукт є стандартним, пріоритетним напрямом у діяльності підприємства може бути вибір стратегії диференціації (рис. 2). Така стратегія передбачає створення підприємством таких переваг, які б значною мірою вирізняли його серед конкурентів [6].

Основним фактором товарної стратегії диференціації є якість продукту, яка вимірюється як основними, так і додатковими властивостями

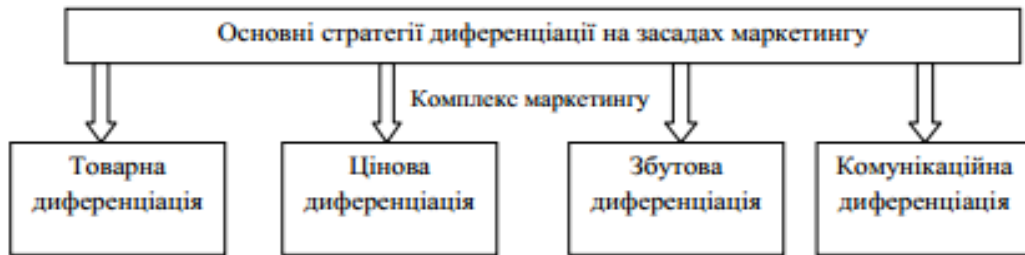


Рис. 2. Основні стратегії диференціації на засадах маркетингу

споживчих та витратних параметрів конкурентоспроможності продукції. Рекомендовані напрями диференціації сільськогосподарської продукції відображено в табл. 2.

Дані табл. 2 відображають можливості вдосконалення товарної політики сільськогосподарських підприємств малого бізнесу за рахунок стратегічної переорієнтації. Диференціація продукції дасть можливість отримати такі вигоди для аграрного підприємства:

- 1) підвищення цін;
- 2) доступ до нових сегментів ринку;
- 3) захист своїх позицій на ринку;
- 4) підвищення рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції тощо [1, с. 15].

На ринку сільськогосподарської продукції конкуренція постійно зростає. За останні роки спостерігається чіткий розподіл конкурентних регіонів України за тими видами сільськогосподарської продукції, що здатні найефективніше використовувати сприятливі природно-кліматичні та економічні умови. Сукупно це безпосередньо впливає й на ціновий діапазон у процесі реалізації сільськогосподарської продукції. На нашу думку, для сільськогосподарського підприємства доцільно здійснити диференціацію цін під час стратегічного планування на основі взаємозв'язку «якість – ціна». Матрицю диференціації цін та вибору стратегії відображено на рис. 3.

Дослідженням цінової політики підприємства з'ясовано, що на формування остаточної

ціни виробленої ними продукції визначальною мірою впливає фактор сезонності. Тому вибір цінових стратегій у сільськогосподарському бізнесі необхідно провадити з урахуванням сезонності. Фактору сезонності в сільськогосподарському бізнесі відводиться особливе місце, отже, під час визначення маркетингових стратегій підприємство зобов'язане його враховувати. Врахування сезонності під час вибору цінової стратегії забезпечить стабільний прибуток підприємству. Сільськогосподарському підприємству нами запропоновано змінювати цінові стратегії залежно від пори року (рис. 4).

Вибір цінових стратегій підприємства з урахуванням фактора сезонності дасть змогу отримувати максимально стабільний прибуток протягом року (рис. 5).

Під час формування цінової політики сільськогосподарськими підприємствами малого бізнесу доцільно обирати стратегії коригування цін (табл. 3).

Для підприємства управління збутом сільськогосподарської продукції є найбільшою проблемою, тому фактично значну частину виробленої продукції вони збувають за мінімальними цінами посередникам, які отримують високі прибутки за рахунок застосування ефективних стратегій розподілу [2, с. 108].

Збутова політика й організація товароруху є не менш важливою складовою частиною в системі управління маркетингом підприємства.

Таблиця 2

Напрями диференціації товарів у сільськогосподарському підприємстві

Диференційовані товарні стратегії	Напрями диференціації	Характеристика
Продуктових інновацій	Створення нових видів сільськогосподарської продукції	Переробка власної продукції
	Використання нових видів і сортів сільськогосподарської продукції	Закупівля насіння, нових сортів та нових модифікацій
Інновацій у виробництві продукції	Вирощування та реалізація екологічно безпечної сільськогосподарської продукції	Пошук та вибір районів, екологічно безпечних для вирощування сільськогосподарської продукції
	Застосування новітнього устаткування та обладнання, яке дасть змогу вирощувати та виготовляти нові види продукції	Придбання сучасних основних засобів для більш кращої обробки продукції, для її зберігання, перевезення та подальшої переробки
Товарного розширення	Розширення асортименту за рахунок включення нових видів продукції	Відведення площ посіву для вирощування нових сортів та видів сільськогосподарської продукції

ЦІНА

висока	Стратегія пограбування	Стратегія «завищеної ціни»	Стратегія «якісна цінова відповідність»
середня	Стратегія «показного блиску»	Стратегія «золотої середини»	Стратегія «цінових переваг»
низька	Стратегія «неякісна цінова відповідність»	Стратегія «цінове проникнення»	Стратегія «цінове завоювання споживача»
	низька	середня	висока

ЯКІСТЬ

Рис. 3. Матриця стратегічної диференціації цін для сільськогосподарського підприємства

ПОРА РОКУ

Зима	Стратегія «показного блиску»	Стратегія «завищеної ціни»	Стратегія «якісна цінова відповідність»
Осінь	Стратегія «показного блиску»	Стратегія «цінове проникнення»	Стратегія «цінових переваг»
Весна	Стратегія «показного блиску»	Стратегія «золотої середини»	Стратегія «якісна цінова відповідність»
Літо	Стратегія «неякісна цінова відповідність»	Стратегія «цінове проникнення»	Стратегія «цінове завоювання споживача»
	низька	середня	висока

ЯКІСТЬ

Рис. 4. Вибір цінових стратегій підприємства з урахуванням фактора сезонності

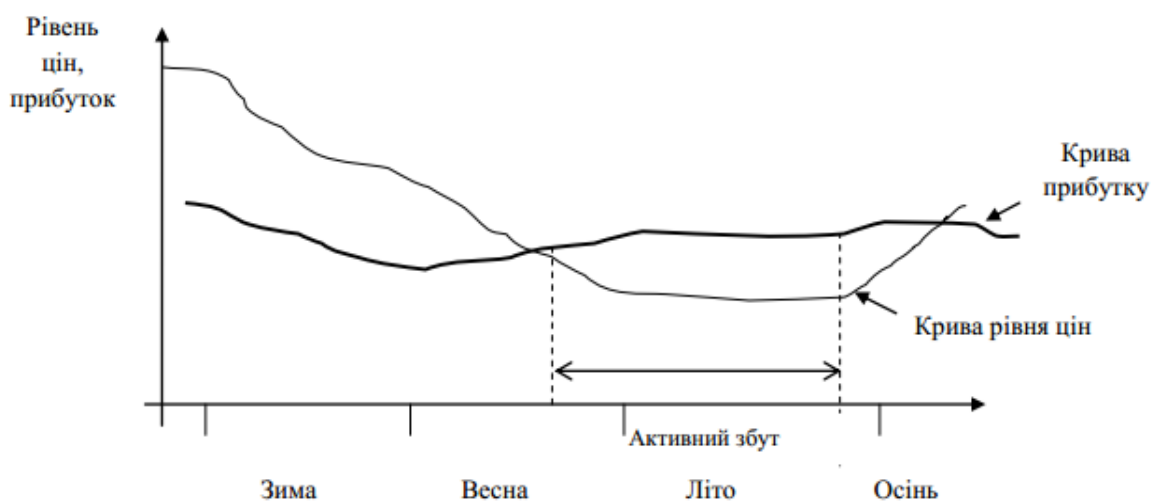


Рис. 5. Вирівнювання кривої прибутку підприємства за рахунок вибору та впровадження цінових стратегій з урахуванням чинника сезонності

Таблиця 3

Рекомендовані цінові стратегії для сільськогосподарського підприємства

Стратегії коригування цін	Напрями коригування цін
Підвищення середньої ціни реалізації сільськогосподарської продукції	Вирощування та реалізація сільськогосподарської продукції ранніх сортів.
	Забезпечення якісного рівня зберігання сільськогосподарської продукції з метою розширення сезону активного збуту продукції.
	За рахунок сортування та передпродажної доробки сільськогосподарської продукції (наприклад, власне виробництво комбікормів). Відсортування сільськогосподарської продукції дає можливість підвищити середню ціну реалізації на 20–30%.
Зниження середньої ціни реалізації сільськогосподарської продукції	Знижки (до 10%) за велику партію реалізації товару (шляхом зниження рівня витрат на зберігання продукції), особливо під час вибору таких стратегій, як «замилування очей», «неякісна цінова відповідність».
	Знижки на ціну (до 10%) за самовивезення продукції у великих обсягах (шляхом зниження рівня транспортних витрат та амортизації транспортних засобів).
	Знижки за додатково куплену партію товару великого обсягу (наприклад, споживач купує 5 т пшениці, а йому пропонується ще 5 т жита зі знижкою до 10%).

Джерело: розроблено автором

Ця політика повинна найбільшою мірою задовольняти потреби споживачів та приносити додаткові вигоди. У процесі аналізу політики розподілу підприємства визначено, що маркетологи не приділяють особливої уваги плануванню та формуванню маркетингової політики розподілу сільськогосподарської продукції на ринку. Планування товароруку та збуту значно впливає на маркетингову програму та процес її виконання. Стратегічне й оперативне планування збуту вирішують характер товароруку, масштаби територіального охоплення, розмір витрат на збут тощо.

В умовах постійно зростаючої конкуренції сільськогосподарські виробники вимушені шукати нові шляхи виходу на ринок та утримати наявні. Збут тісно пов'язаний з маркетинговим інструментом – просуванням. Чим ефективніше застосовуються елементи політики просування, тим інтенсивніший збут.

Розрізняють такі дві основні стратегії просування:

1) примушування (протягування) – стратегія, пов'язана з орієнтацією на кінцевого споживача, який буде змушувати торговельні організації здійснювати закуповувати бажаний товар;

2) проштовхування – стратегія, орієнтована на торговельного посередника, який сам буде просувати товар до кінцевого споживача [12, с. 121].

Стосовно аграрного підприємства доцільніше обрати стратегію проштовхування, адже, щоб обирати стратегію примушування, необхідно здійснити брендинг, який потребує значних капіталовкладень. Основними інструментами реалізації стратегії проштовхування можуть бути: реклама, стимулювання збуту та особистий продаж. Враховуючи те, що в підприємстві виділяється мінімальна сума витрат на просування сільськогосподарської продукції, пропонуємо оптимальні, на нашу думку, засоби основних елементів комунікаційної політики:

1. Реклама:
 - створення власного сайту;
 - візитки;
 - брендмауери та білборди, наприклад, із зображенням урожаю «з поля» та підписом «зроблено в Україні» або «підтримай вітчизняного виробника» та адресою виробничих потужностей тощо;
 - сувенірна реклама;
 - реклама в ЗМІ.
2. Стимулювання збуту:
 - знижки за закупівлю сільськогосподарської продукції великими партіями за принципом «більше – дешевше»;
 - знижки на закупівлю певного обсягу додаткової продукції до основної за знижкою до 10%;
 - знижки постійним партнерам і споживачам;
 - безкоштовна доставка товару, наприклад, обсягом понад 5 т тощо.
3. Особистий продаж:
 - спілкування телефоном з потенційними торговельними посередниками (оптовими, роздрібними та іншими фірмами);
 - спілкування зі споживачами щодо якості сільськогосподарської продукції та можливих переваг її купівлі (населення, оптовий та роздрібний ринок тощо).

Крім того, сільськогосподарським підприємствам доцільно брати участь у виставках, ярмарках, що дасть змогу не лише інформувати споживачів підприємства, а й активізувати збут [4, с. 14]. Рекомендовані етапи процесу розроблення стратегії просування в підприємстві містяться на рис. 6.

За результатами досліджень та виявлених проблем в управлінні маркетингом, а також розроблення стратегій диференціації складників комплексу маркетингу, на основі аналізу діяльності підприємства методом БКГ рекомендовано обрати такі маркетингові стратегії.

Для сільськогосподарського підприємства доцільно обрати стратегії продуктових іннова-

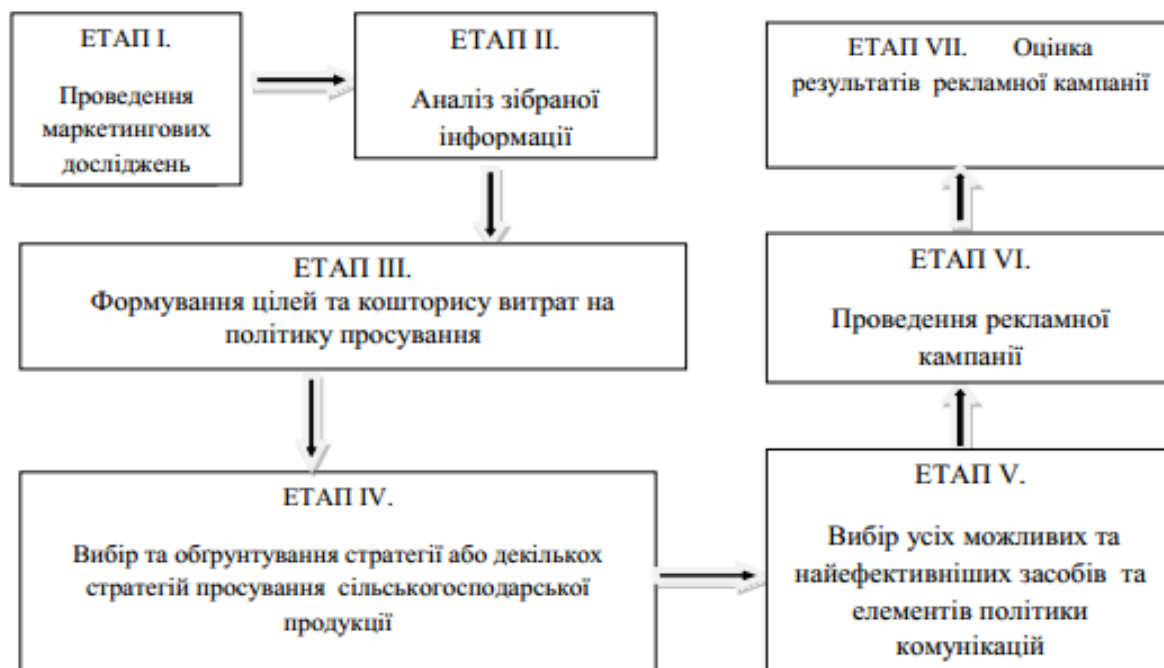


Рис. 6. Розроблення стратегії просування та її реалізація для сільськогосподарського підприємства

цій, підвищення середньої ціни реалізації, інтенсивного збуту та активного його стимулювання. Пропонуємо для технічних та зернових культур підприємства використовувати стратегії інтенсивного збуту та стимулювання шляхом збільшення середньої ціни і використання фактора сезонності. Для збільшення реалізації технічних та зернових культур досліджуваного підприємства доцільно впровадити інновації у виробництві шляхом придбання новітнього обладнання, оскільки наявне дуже застаріле та непродуктивне. Для формування, ефективного впровадження та функціонування механізму управління маркетингом сільськогосподарського підприємства повинен проводитися постійний моніторинг і контроль за усіма складниками. Цілі контролю полягають у дотриманні певного рівня якості продукції, екологічності продукції та строків виробництва і реалізації продукції [7].

Контроль повинен виявити суттєві відхилення у встановлених базових показників, виявити причини невідповідності та зробити коригуючі кроки, що спрямовані на скорочення відхилень між цільовими та фактичними показниками. Контроль ефективності спрямований на способи підвищення ефективності продажу товарів, реклами, стимулювання збуту та дистрибуції.

$$M = 0,20 \times K_p + 0,20 \times K_k + 0,20 \times K_c + 0,20 \times K_q + 0,20 \times K_j + 0,20 \times K_s, \quad (2)$$

де M – інтегральний показник ефективності механізму маркетингу;

K_p – коефіцієнт раціональності асортименту;
 K_k – коефіцієнт ефективності комунікаційного складника;

K_c – коефіцієнт цінової еластичності;

K_q – коефіцієнт відповідності якості продукції;

K_s – коефіцієнт ефективності реалізації.

0,20 – коефіцієнт вагомості функцій маркетингу у загальному результаті, розглянута рівна вагомість функцій. Коефіцієнти вагомості у кожному конкретному випадку можуть бути різними, залежно від специфіки діяльності та обраної концепції управління маркетингом, але їх сума повинна дорівнювати 1 [5, с. 300]. Запропонований показник дає можливість виявити ефективність механізму маркетингу підприємства і досить повно проаналізувати вплив складників механізму маркетингу підприємства та стан асортиментної, комунікаційної, цінової та збутової діяльності підприємства, а також якості й екологічності кінцевого продукту. Результати розроблення методичного підходу до обґрунтування думки, що у сучасних господарських системах зростають роль і значення комплексу маркетингу і маркетингового потенціалу підприємства, стали основою для удосконалення механізму управління маркетингом сільськогосподарського підприємства. За 2018 р. після впровадження розроблених маркетингових стратегій у діяльність досліджуваних товариств обсяги збуту збільшилися. Розрахунки рентабельності продажу відображено у табл. 4.

За табличними даними, рентабельність продажу сільськогосподарського підприємства збільшилася за рахунок підвищення якості виробництва зернових культур шляхом побудови рукавів для зберігання продукції або ж зберігання на елеваторі для очікування вигідної ціни й ефективного особистого продажу через

Таблиця 4

Розрахунки ефективності розроблених маркетингових стратегій

Показники	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Проект 2018	Відхилення 2017 р. до 2015 р. (+/-)	Відхилення проекту до 2017 р. (+/-)
Чистий дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	126714,8	70937,7	164916,1	188313,6	+38201,3	+23397,5
Чистий прибуток, тис. грн.	25544	12872	25634	30708	+90,0	+5074
Рентабельність продажу, %	20,2	18,1	15,5	16,4	-4,7 п.в	+0,9 п.в

спілкування з торговельними представниками потенційних підприємств-покупців та надання консультацій з питань якості, ціни та доставки сільськогосподарської продукції. Запропонована методика формування та вибору маркетингових стратегій на основі диференціації складників комплексу маркетингу дає змогу збільшити обсяги збуту продукції, підвищити прибутковість та рентабельність досліджуваних підприємств, що підтверджують результати прогнозування

Висновки та пропозиції. Проведені дослідження дали змогу дійти висновків, що підвищення значущості складників маркетингу (товар, місце, ціна, просування, якість) дає можливість адаптуватися до сучасного невизначеного бізнес-середовища та сприяє підвищенню кон-

курентоспроможності сільськогосподарського підприємства. Таким чином, ефективний вибір та обґрунтування маркетингових стратегій під час формування комплексу маркетингу сільськогосподарського підприємства забезпечить прибутковість та розвиток. Проте навіть правильно обрана маркетингова стратегія в межах комплексу маркетингу не буде втілена у життя без ефективної організації маркетингової діяльності в сільськогосподарському підприємстві. Реалізація запропонованих підходів сприятиме формуванню ефективного механізму управління маркетингом сільськогосподарських підприємств, збереженню наявних та розширенню потенційних споживачів сільськогосподарської продукції, покращенню результатів фінансово-господарської діяльності підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Антонюк А.А. Аналіз теоретичних підходів до оцінки ефективності маркетингової стратегії діяльності на підприємстві. Держава та регіони. Економіка та підприємництво. Запоріжжя. 2011. № 5. С. 10–16.
2. Балабанова Л.В., Гуржій Н.М. Управління маркетинговою діяльністю підприємства. Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Баранівського. Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. 184 с.
3. Бочко О.Ю. Визначення рівня ефективності маркетингової діяльності на короткостроковий період. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2016. № 846. С. 21–24.
4. Деревянко С. Новое слово маркетинга. Что такое маркетинговый аудит? Украинская инвестиционная газета. 2010. № 15. С. 14.
5. Ларіна Я.С. Основні елементи маркетингової товарної політики підприємств АПК. Таврійський науковий вісник: збірник наукових праць. Херсон: Айлант, 2012. № 2. С. 297–306.
6. Лищенко М.О. Аналіз економічної ефективності каналів збуту продукції рослинництва у фермерському господарстві. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку». Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій. Одеса. 2017. Випуск 5. С. 102–107.
7. Лузан Ю.Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: монографія. Київ: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2010. 470 с.
8. Морохова В.О., Соловей О.М. Системний підхід до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. URL: file:///D:/Downloads/ecnem_2013_10_20.pdf.
9. Сокол П.М., Кухарчук Л.І. Аромаркетинг як стимул реакції покупців та прийняття товарів. Вісник Дніпропетровського університету серія «Економіка». 2016. Випуск 10(1). № 10/1, т. 24. С. 63–72.
10. Чала Ю.В. Оцінка ефективності маркетингової діяльності ТНК. URL: file:///D:/Downloads/prprbsu_2014_38_30.pdf.
11. Чухрай Н.І., Мавріна А.О. Прибутковий маркетинг: взаємоузгодження маркетингових і фінансових рішень: монографія. За наук. ред. Н. Чухрай. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. 205 с.
12. Яшина І.М. Вибір стратегій формування комплексу маркетингу сільськогосподарського підприємства малого бізнесу. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2016. Випуск 6(48). Том 21. С. 121–125.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF IMPLEMENTATION OF THE MARKETING STRATEGY IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF SUPPLY ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISE

Макаренко Н.О.

кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

Скляренко А.С.

магістр спеціальності «Маркетинг»,
Сумський національний аграрний університет

У статті розглянуто етапи формування маркетингової стратегії аграрного підприємства в системі управління його збутовою діяльністю. Запропоновано кожен зі складових частин процесу реалізації маркетингової стратегії розробляти залежно від обраної загальної та конкурентної стратегії з урахуванням специфіки підгалузі АПК у процесі практичної реалізації. Проведено оцінку ефективності реалізації маркетингової стратегії на основі складання графіка реалізації розробленої стратегії та розрахунку прогнозного бюджету.

Ключові слова: маркетингова стратегія, ефективність, аграрне підприємство, збутова діяльність, система управління.

В статье рассмотрены этапы формирования маркетинговой стратегии аграрного предприятия в системе управления его сбытовой деятельностью. Предложено каждую из составляющих процесса реализации маркетинговой стратегии разрабатывать в зависимости от выбранной общей и конкурентной стратегии с учетом специфики подотрасли АПК в процессе практической реализации. Проведена оценка эффективности реализации маркетинговой стратегии на основе составления графика реализации разработанной стратегии и расчета прогнозного бюджета.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, эффективность, аграрное предприятие, сбытовая деятельность, система управления.

The article deals with the stages of formation of marketing strategy of the agrarian enterprise in the system of management of its marketing activities. It is proposed to develop each of the components of the marketing strategy implementation process depending on the chosen general and competitive strategy taking into account the specifics of the sub-sector of the agro-industrial complex in the process of practical implementation. An estimation of efficiency of realization of marketing strategy on the basis of drawing up of the schedule of realization of the developed strategy and calculation of the forecast budget is carried out.

Key words: marketing strategy, efficiency, agrarian enterprise, sales activity, management system.

Постановка проблеми. У сучасних умовах процес ефективного функціонування сільського господарства визначається не лише обсягами виробництва продукції, але більшою мірою її реалізацією на продовольчому ринку, ступенем задоволення потреб споживачів. Аналіз тенденцій розвитку аграрної галузі свідчить про поступове збільшення її питомої ваги у загальному обсязі валового внутрішнього продукту, що зумовлено впливом багатьох факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме тому

особливої уваги набувають питання активізації управління маркетинговою діяльністю сільськогосподарських підприємств у результаті формування відповідної маркетингової стратегії в системі управління збутом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань, пов'язаних з розробкою маркетингової стратегії підприємств, займаються такі науковці, як І. Ансофф, Г. Армстронг, Г. Ассель, М. Портер, А. Воронкова, О. Гудзинський, А. Войчак, С. Гаркавенко, В. Герасимчук,

Й. Завадський, Н. Куденко, І. Пасічник, В. Роберемчук, А. Старостіна, К. Туболец Н. Чухрай, А. Шегда, З. Шершньова та інші.

Однак актуальними залишаються питання щодо практичного використання сучасних принципів управління маркетинговою діяльністю у практиці діяльності аграрного підприємства, проблематика вибору оптимальної стратегії розвитку господарства з урахуванням його місця на ринку та оцінки її ефективності.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних етапів розроблення маркетингової стратегії та вибір ключових показників до оцінки її ефективності з урахуванням специфіки управління збутовою діяльністю в аграрних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні диктує необхідність для підприємств усіх галузей, включаючи і традиційне сільське господарство, звертатися до нових, сучасних методів та інструментів управління. Одним із таких методів є створення й реалізація маркетингової стратегії. При цьому слід зазначити, що навіть ідеально сформульована стратегія – це не гарантія майбутнього комерційного успіху підприємства, якщо немає чіткого механізму її реалізації.

Стратегічний маркетинг принципово відрізняється від наявних підходів до управління, оскільки передбачає обов'язкове вивчення потреб споживачів на початку ланцюга створення цінностей. На цій основі обґрунтована маркетингова стратегія може виявляти себе такими результатами: зростанням або стабілізацією ринкової частки; упевненістю керівника підприємства у доцільності виробництва певної продукції й наявністю на неї попиту на ринку; підвищенням рівня задоволення потреб споживачів; покращенням фінансових результатів діяльності у довгостроковому вимірі [1].

Доцільно розглядати систему стратегічного маркетингу в АПК як таку, до складу якої входить саме агропідприємство та інші суб'єкти аграрного ринку. При цьому в системі діють зв'язки двох типів.

Перший з них – у зовнішньому середовищі, тобто між підприємством-виробником та всіма іншими суб'єктами ринку.

Другий тип зв'язків – між елементами внутрішнього середовища підприємства. Зв'язки першого типу виявляють себе через договірні відносини, систему розрахунків, надання послуг, поставки товарів тощо.

До зв'язків другого типу відносимо насамперед: культуру й цінності (приналежність до однієї культури і систему цінностей персоналу); керівництво (розуміння менеджерами принципів стратегічного маркетингу); стратегію (наявність стратегії цілеспрямованого створення тих благ, яких потребують покупці); механізм та структуру (здатність реалізувати стратегії); наявність персоналу

відповідної кваліфікації; технології (наявність та кваліфіковане використання техніки для накопичення, оброблення та використання інформації про споживачів); нові знання про споживачів та належне розуміння їх; процес (зосередження основних процесів навколо споживачів) [2].

З метою управління реалізацією маркетингової стратегії в АПК необхідне створення високоефективного механізму досягнення визначених цілей. Основні складники такого механізму мають охоплювати цілі підприємства, фактори та умови реалізації стратегії, усі елементи стратегічного рішення. Кожен з елементів урахує мінливість маркетингового середовища та поточний стан підприємств.

Такий комплексний підхід забезпечує реалізацію принципів адаптації та інноваційності, нарощування ринкового потенціалу, створення довгострокових конкурентних переваг та досягнення стратегічних цілей. Комплексний підхід до реалізації маркетингової стратегії означає інтегрованість маркетингу, фінансової системи підприємства, менеджменту персоналу, досліджень і наукових розробок. А впровадження функціональних стратегій в загальнокорпоративну, навпаки, відходить на другий план. Це явище має назву «міжфункціональна інтеграція стратегічного процесу» і набуває для підприємства аграрної сфери важливого значення.

Суттєвим чинником успішної реалізації стратегії у сучасних умовах є також демократизація управління, тобто залучення співробітників усіх рівнів до стратегічного процесу. Це збільшує зацікавленість працівників у результаті та сприяє підвищенню інноваційності в розробленні стратегії. Це підтверджує, зокрема, П.Ю. Курмаєв: «посилюється увага до організаційної культури, а також до різноманітних форм демократизації, участі рядових працівників у прибутках та здійсненні управлінських функцій» [3, с. 243].

Чинником успішної реалізації стратегії є також інформатизація та комп'ютеризація, а саме перехід від використання комп'ютерів переважно для оброблення даних до побудови моделей стратегій. Успішність реалізації маркетингових стратегій також пов'язана з урахуванням впливу глобалізації, інтернаціоналізації виробництва, з об'єктивною необхідністю переходу до інформаційного суспільства.

Вплив глобалізації в АПК виявляється насамперед у стрімкому поширенні впливу транснаціональних корпорацій на переробну промисловість, а також і на сферу аграрного виробництва, перерозподілі ринків та необхідності вивчення і застосування стратегій, що лежать в основі діяльності таких корпорацій, вітчизняними підприємствами. Умови реалізації стратегій підприємств в АПК України відповідають таким умовам в інших секторах економіки, проте ускладнюються низьким рівнем розвитку менеджменту, а цей недолік має велике значення у процесі їх реалізації.

На думку В.Ф. Роберемчука, передумовою успішної реалізації стратегії є, по-перше, те, що «вона (стратегія) повинна бути погоджена усередині підприємства. Тобто досягти треба насамперед не забезпечення абсолютної правильності наміченого шляху, а обов'язкового погодження розробленої стратегії з управлінським персоналом, до завдань якого буде входити її реалізація» [4, с. 63].

Це твердження здається на перший погляд парадоксальним, проте підтверджується практикою. По-друге, під час звертання до зовнішніх консультантів потрібно чітко уявляти обсяг послуг, що вони можуть запропонувати. Одна з помилок власників підприємств полягає в тому, що від консультантів чекають готових рішень, а це неправильно. Стратегію керівництво підприємства має сформулювати самостійно, а консультанти допоможуть розробити методи й механізми її реалізації.

Згідно з твердженням І.Ю. Пасічника, організаційно-економічний механізм реалізації стратегії – це «сукупність субмеханізмів, яка призначена для перетворення обраної стратегії в поточні та оперативні рішення управлінського персоналу». Згадана авторка пропонує використати концепцію процесного підходу до формування механізму реалізації стратегії, розглядаючи управління як безперервну серію взаємопов'язаних управлінських функцій.

Проте, на наш погляд, таке тлумачення механізму реалізації стратегії в АПК є не досить повним, оскільки для успішної реалізації стратегії потрібні певні дії на рівні галузей, інституційні зміни тощо.

З погляду системного підходу поняття «механізм реалізації маркетингової стратегії» слід визначати, виходячи з того, що механізмом вважається, по-перше, «система ланок, способів, які визначають порядок певного виду діяльності, і по-друге, система прямих і опосередкованих взаємозв'язків між економічними явищами і процесами, передусім між їх протилежними сторонами, а також між підсистемами й елементами, які виникають у різних типах економічних систем та між ними (за наявності комплексу умов)» [5, с. 72].

Оскільки маркетингова стратегія є складником (виходом) системи стратегічного маркетингу підприємства, то і реалізацію маркетингової стратегії слід розглядати у контексті впливу цієї системи. Враховуючи вищесказане, вважаємо, що процес реалізації стратегії становить послідовність етапів, відповідних процедур та інструментів від початку встановлення готовності до змін стратегії підприємства до контролінгу і подальшого коригування.

Цей процес передбачає відповідне фінансове, кадрове, правове, організаційне, інформаційне, технічне й методичне забезпечення. Якість сформульованих і реалізованих стратегій залежить насамперед від достовірності й повноти використовуваної інформації, а отже,

від ефективності управління процесом набуття знань працівниками підприємства.

У змінному середовищі умови, які лежать в основі стратегії, часто змінюються до початку її реалізації, отже, якість виробленої стратегії прямо залежить від якості пізнавальних, а також поведінково-навчальних механізмів підприємств. Система оцінки діяльності може забезпечити необхідний зворотний зв'язок за умови, якщо враховано всі етапи розроблення стратегії та процесу її впровадження, а також систему цінностей.

На думку К.Г. Туболец, важливими чинниками успішної реалізації стратегії є такі: стан галузі та позиція підприємства у ній; цілі підприємства; інтереси і ставлення до ризику вищого керівництва; фінансові ресурси; кваліфікація працівників; досвід реалізації минулих стратегій; ступінь залежності від зовнішнього середовища; фактор часу [6, с. 131].

Для кращого розуміння процесу реалізації маркетингової стратегії в сучасних умовах головними питаннями функціонування досліджуваного підприємства аграрної сфери є:

1. Визначення видів і змісту управлінської діяльності. В умовах стабільного ринку і ринку, що динамічно розвивається, є значні відмінності в застосовуваних методах дослідження ринку, періодичності і трудомісткості робіт із його вивчення, обсягах інформації, характері управлінських рішень і т.д., що відіб'ється на чисельності й кваліфікації зайнятих працівників, застосовуваних технічних засобах, способах мотивації й інших елементах системи управління.

2. Обґрунтування організаційної системи (тобто організації управління), що має відповідати цілям підприємства, прийнятій стратегії, умовам зовнішнього середовища. Виходячи з того, що будь-яка правильно сформульована стратегія не буде ефективною за відсутності підтримки з боку персоналу підприємства на всіх рівнях, важливою ланкою механізму реалізації вважаємо формування злагодженої команди управління, включаючи навчання основам стратегічного планування та маркетингу. Крім того, необхідними ланками є: проведена верифікація наявної місії підприємства або її формулювання; формування дерева цілей підприємства, поділ у разі необхідності на стратегічні господарські підрозділи з наданням відповідних повноважень; проведення комплексу аналітичних досліджень і формалізація на основі аналітичних висновків конкурентної та функціональних стратегій; організація, формалізація та автоматизація постійного збирання та керування інформацією про стратегічні показники; контроль стратегічних бізнес-процесів.

Цілі, визначені на початку процесу формування стратегії, становлять основу процесу управління. Після їх формування процес будується так, щоб забезпечити виконання цих цілей на основі реалізації функцій управління (планування, організації, мотивації та контролю).

Функція планування передбачає визначення критерію оцінки управлінських рішень, розроблення варіантів плану на основі визначених методів та моделей; удосконалення організаційної структури, розроблення положень та інструкцій, що регламентують обов'язки та повноваження за посадами та підрозділами, їх підпорядкованість; для виконання функції мотивації також розробляється спеціальний механізм; виконання функції контролю забезпечується визначенням підконтрольних показників, розробленням спеціальних нормативів.

Отже, процес реалізації маркетингової стратегії досліджуваного підприємства можна подати у вигляді такої схеми (табл. 1).

Кожна зі складових частин процесу реалізації маркетингової стратегії має розроблятися залежно від обраної загальної та конкурентної стратегії, яка визначається специфікою галузі, підгалузі й можливостями підприємства. Розроблення такого процесу в аграрній сфері передбачає вирішення питань методологічного

та методичного плану, врахування специфіки підгалузі АПК у процесі практичної реалізації.

Одним із найважливіших елементів реалізації стратегії підприємства в АПК є декомпонування, тобто «процес розподілу в часі стратегічного плану та визначення показників поточних планів» [7, с. 417].

У здійсненні цього процесу для підприємства є важливими такі аспекти: забезпечення стану, найбільш сприятливого для прибуткової діяльності; розвиток кадрового та фінансового потенціалу, необхідного для реалізації обраного варіанта моделі стратегічної поведінки на ринку; балансування загальним набором ресурсів із метою ефективного їх розподілу і забезпечення довготривалої прибутковості та створення бази забезпечення стратегічної стабільності.

Процес реалізації маркетингової стратегії передбачає також розрахунок бюджету, складання графіка реалізації розробленої стратегії. Останнім елементом процесу є контролінг усіх процесів, який може здійснюватися за допомо-

Таблиця 1

Процес реалізації маркетингової стратегії підприємства

Етап	Назва	Зміст	Конкретизація	Відповідальні виконавці
1.	Інформаційний	Ознайомлення працівників із стратегією (системою стратегій) підприємства	Доведення інформації щодо прийнятої керівництвом стратегії підприємства до управлінського персоналу (детально) та до всіх працівників (у загальному)	Керівник підприємства, керівники функціональних підрозділів
2.	Організаційний	Побудова ефективної організаційної структури, реструктуризація агропідприємства	Розроблення положень та інструкцій, що регламентують обов'язки та повноваження за посадами та підрозділами, їх підпорядкованість	Керівник підприємства, заступник з кадрів, заступник з маркетингу
3.	Плановий	Окреслення планів розвитку окремих підрозділів та підсистем агропідприємства в контексті основної стратегії	Визначення джерел фінансування, вибір та розрахунок планових показників розвитку окремих підрозділів та підсистем підприємства, встановлення відповідальних за досягнення показників	Керівник підприємства, заступник з маркетингу
4.	Мотиваційний	Підвищення мотивації працівників агропідприємства	Розроблення механізму стимулювання працівників, що беруть участь у реалізації стратегії	Керівник підприємства, заступник директора з кадрів
5.	Декомпонування	Поділ усього часового горизонту реалізації стратегії на періоди	Процес розподілу в часі стратегічного плану та визначення показників поточних планів	Заступник з маркетингу
6.	Контрольний	Перевірка значень контрольних показників за КТР	Розроблення спеціальних показників (ключових) для кожної зі сфер бізнесу та перевірка відхилень наприкінці маркетингового періоду	Керівники функціональних підрозділів; заступник з маркетингу

Джерело: узагальнено на основі [7]

гою показників обсягів збуту та прибутковості, кількості втрачених та повернутих постійних покупців; грошових витрат на функціонування системи загалом, витрат часу на кожну складову частину споживчого активу та ін.

Декомпонування стратегії підприємства здійснюється у два етапи:

1) виокремлення та аналіз перспектив стратегічної зони господарювання підприємства;

2) визначення розриву в стратегічних планах та можливостях підприємства.

Це дає підґрунтя для складання програми дій. Детально цей процес можна подати таким чином:

– визначення сукупності підконтрольних показників згідно зі встановленими цілями;

– порівняння планових та фактичних показників підконтрольних результатів та витрат із метою виявлення причин, винуватців та наслідків відхилень;

– аналіз впливу відхилень на виконання поточних планів;

– мотивація та створення системи інформації для прийняття поточних рішень;

– аналіз економічної ефективності діяльності підприємства тощо.

Стратегічний контролінг є логічно завершальним процесом, що здійснюється у стратегічному управлінні і забезпечує стійкий зворотний зв'язок між процесом досягнення цілей і власне цілями, що поставлені перед підприємством. Його метою є створення такої системи управління, яка дала би змогу «відстежувати» просування підприємства до накресленої стратегічної мети свого розвитку.

Завданнями стратегічного контролінгу є, зокрема, визначення якісних та кількісних цілей

підприємства; розподіл відповідальності за виконання стратегічних планів із призначенням конкретних виконавців; розроблення системи контролю за виконанням планів, а за необхідності кардинальних змін – опрацювання альтернативних варіантів стратегічної поведінки підприємства на ринку.

У процесі стратегічного контролінгу дається оцінка відповідності розвитку зовнішнього середовища прогнозам, що покладені в основу обраної підприємством стратегії поведінки. Виявляються та оцінюються відхилення, встановлюються стратегічно важливі відхилення та опрацьовуються рекомендації щодо реакції на них [8, с. 272].

Показники для оцінювання реалізації маркетингової стратегії мають задовольняти певні вимоги, а саме: обмежений обсяг; багато-функціональність – показники мають містити дані як загалом по підприємству, так і за центрами відповідальності; бути динамічними, порівнянними у часі; мати характер раннього попередження кризових явищ.

За результатами контролю практичної реалізації маркетингової стратегії на підприємстві слід вдаватися до корекційних дій. Інформація про відхилення фактичних значень контрольних показників порівняно з плановими із зазначенням причин та винуватців має з певною періодичністю надходити до відповідальних менеджерів для прийняття відповідних управлінських рішень із коригування стратегічних планів. З метою підвищення обґрунтованості рішень необхідно, щоб інформація про відхилення супроводжувалася аналізом впливу таких відхилень на результативні показники діяльності підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

**Оцінка ефективності впровадження маркетингової стратегії управління підприємством
ДП «Дослідне господарство Інституту сільського господарства Північного Сходу
НААН України», тис. грн**

Показники	Фактичні показники 2017 року	Прогнозні показники 2018 року	Зміни прогнозу від факту	
			+,–	%
Чистий дохід від реалізації продукції	15044	19558	4514	130,0
Собівартість реалізованої продукції	10173	12720	2547	125,1
Валовий прибуток,	4871	6838	1967	140,1
Інші операційні доходи	122	153	31	125,4
Адміністративні витрати	1321	1650	329	124,9
Витрати на збут	82	120	38	146,3
Інші операційні витрати, всього, в т. ч. сукупні витрати на створення відділу маркетингу	2962	3887	925	131,2
	–	184	184	–
Прибуток від операційної діяльності	628	1334	706	212,4
Інші доходи	382	396	14	103,7
Фінансові витрати	10	21	11	210,0
Інші витрати	592	782	190	132,1
Чистий прибуток	408	927	519	227,2

Джерело: розраховано авторами на основі [9]

Реалізація запропонованої маркетингової стратегії дасть підприємству змогу покращити результати діяльності більш ніж удвічі, і в 2018 році прибуток становитиме 927 тис. грн. Такий результат буде забезпечений за рахунок урахування як тенденцій розвитку підприємства, так і запропонованих заходів щодо реструктуризації відділу інноваційного розвитку та інтелектуальної власності та виділення відділу маркетингу. Використана маркетингова стратегія зростання (оскільки підприємство діє на перспективних ринках збуту, має певні конкретні переваги та здатне ефективно використати необхідні фактори успіху) передбачає збільшення обсягів продажу, ринкової частки та прибутку підприємства шляхом інтенсифікації його наявних ресурсів. Хоча в плановому році створення відділу маркетингу збільшить суму операційних витрат на 31,2%, існування маркетингового відділу забезпечить як зростання суми виручки на 30%, так і в кінцевому результаті збільшення прибутку в 2,7 раза.

Необхідно постійно вдосконалювати процес реалізації стратегії. Основними напрямками такого вдосконалення є: функціонально-струк-

турна перебудова; перегляд інвестиційної політики; посилення мотивації персоналу. Діяльність щодо вдосконалення цього процесу повинна бути спрямована на підвищення потенційних можливостей підприємства агропродовольчої сфери, зміцнення його позицій на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. В авторській концепції пропонується процес реалізації маркетингової стратегії здійснювати з урахуванням послідовності етапів, відповідних процедур та інструментів від початку встановлення готовності до зміни стратегії підприємства до контролінгу і подальшого коригування. Цей процес повинен передбачати відповідне фінансове, кадрове, правове, організаційне, інформаційне, технічне й методичне забезпечення. Запропонованими основними етапами реалізації маркетингової стратегії в аграрних підприємствах є інформаційний, організаційний, плановий, мотиваційний, декомпонування та контрольний. Вибір показників для оцінювання реалізації стратегії доцільно обирати залежно від контрольованих параметрів маркетингового середовища функціонування підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гуторов О.І. Сучасний стан та основні стратегічні напрями розвитку вітчизняного садівництва на маркетингових засадах / О.І. Гуторов. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Chem_Biol/Vkhnuu_ekon/2012_10/pdf/01.pdf.
2. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування / Інститут стратегічних досліджень «Нова Україна». URL: <http://newukraineinstitute.org>.
3. Курмаєв П.Ю. Аналіз макроекономічних тенденцій розвитку сільського господарства України / П.Ю. Курмаєв // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2012. Вип. 81. С. 241–246.
4. Роберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: [підруч.] / В.Ф. Роберемчук. Тернопіль: Економічна думка. 2006. 390 с.
5. Пасічник І.Ю. Методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції / І.Ю. Пасічник // Управління розвитком. – Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. № 4(182). С. 71–75.
6. Туболець К.Г. Шляхи вдосконалення управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств / К.Г. Туболець // Державне управління. 2012. Вип. 174. Т. 186. С. 129–132.
7. Макаренко Н.О. Перспективні напрямки забезпечення конкурентоспроможності підприємств на основі оцінки ефективності маркетингової діяльності / Н.О. Макаренко, О.М. Селезень // Електронне наукове видання «Глобальні та національні проблеми економіки». Миколаїв: МНУ ім. В.О. Сухомлинського. 2016. № 10. С. 415–420.
8. Войнаренко М.П. Модернізація механізмів розвитку малого та середнього бізнесу : [монографія] / М.П. Войнаренко, А.І. Бутенко, В.І. Ляшенко [та ін.] ; НАН України, Ін-т економіки пром-ті. Донецьк, 2011. 326 с.
9. Офіційний сайт Державного підприємства «Дослідне господарство Інституту сільського господарства Північного Сходу НААН України». Статистична інформація. URL: <http://dpdg-sad.com.ua>.

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

THE ESSENCE OF STRATEGIC MANAGEMENT BY PERSONNEL

Михайлова О.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і права,
Полтавська державна аграрна академія

Чухліб В.Є.

студент,
Полтавська державна аграрна академія

Стаття присвячена дослідженню теоретичних і методичних основ формування стратегії управління персоналом підприємства. Розкрито її значення для подальшого розвитку господарської діяльності підприємства, здійснено розроблення заходів удосконалення стратегії управління персоналом шляхом розроблення кадрової політики, пов'язаної зі стратегією розвитку підприємства, застосування сучасних технологій управління персоналом та поліпшення системи мотивації.

Ключові слова: стратегія, управління, персонал, кадрова політика, організаційна структура, структура управління, продуктивність праці, працівники, апарат управління, організаційна культура, мотивація.

Статья посвящена исследованию теоретических и методических основ формирования стратегии управления персоналом предприятия. Раскрыто ее значение для дальнейшего развития хозяйственной деятельности предприятия, осуществлена разработка мероприятий по совершенствованию стратегии управления персоналом путем разработки кадровой политики, связанной со стратегией развития предприятия, применения современных технологий управления персоналом и улучшения системы мотивации.

Ключевые слова: стратегия, управление, персонал, кадровая политика, организационная структура, структура управления, производительность труда, работники, аппарат управления, организационная культура, мотивация.

The article is devoted to the study of theoretical and methodological foundations of the formation of the strategy of personnel management of the enterprise. Its significance for further development of economic activity of the enterprise is revealed, development of measures to improve the strategy of personnel management through the development of personnel policy related to the strategy of enterprise development, application of modern technologies of personnel management and improvement of the system of motivation.

Key words: strategy, management, personnel, personnel policy, organizational structure, management structure, productivity, employees, management apparatus, organizational culture, motivation.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання, які характеризуються невизначеністю, динамічністю, ризикованістю, підвищенням інтенсивності конкурентної боротьби, зумовлюють зміщення акцентів уваги на персонал підприємства, що стає основою забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Персонал є стратегічним ресурсом підприємства, який вимагає пошуку нових механізмів управління ним для забезпечення результативності його роботи в довгостроковій перспективі. Провідне місце серед корпоративних та функціональних стратегій підприємства належить кадровим стратегіям, які спрямовані на підвищення конкурентної позиції підприємства та його окремих бізнес-одиниць. Основною метою стратегічного управління персоналом підприємства є формування кадрового потенціалу

та системи управління персоналом, які здатні забезпечити підприємству стійку ринкову позицію, економічну стабільність та стратегічний розвиток. Отже, ефективне функціонування підприємства в сучасних умовах господарювання визначається адекватною стратегією ефективного використання та розвитку персоналу, яка є одним із найважливіших інструментів реалізації основних функцій системного управління. Тому особливої актуальності набуває вивчення можливостей ефективного управління персоналом підприємства, що зумовлює необхідність формування системи стратегічного управління персоналом, яка б забезпечувала конкурентоспроможність та життєздатність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам стратегічного управління персоналом та його практичному здійсненню присвячені

різні дослідження. Стратегічне управління персоналом всебічно розглянули такі науковці та практики, як Л.В. Балабанова, І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Б.М. Генкін, О.Л. Єськов, П.В. Журавльов, А.М. Колот, О.В. Крушельницька, Є.В. Маслов, Д.Г. Мельничук, М.І. Мурашко, Г.О. Надьон, Ю.Г. Одегов, Г.М. Озеров, Т.М. Оришин, В.М. Петюх, А.С. Полянська, В.С. Савельєва, С.І. Сотнікова та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасній економічній літературі значна увага приділяється управлінню персоналом. Проблеми використання стратегічного підходу до управління персоналом сучасними вченими вивчено недостатньо, наявні підходи і методики не враховують специфіку українського менталітету, а розроблені стратегії управління персоналом часто мають безсистемний характер. Отже, є об'єктивна необхідність обґрунтування концептуальної основи стратегічного управління персоналом підприємства на основі комплексного, системного підходу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення теоретичних засад управління персоналом у системі менеджменту підприємства, обґрунтування теоретичних аспектів стратегічного управління персоналом підприємства та розроблення рекомендацій щодо підвищення його результативності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою будь-якої організації та її головним ресурсом є людський потенціал. Якість трудових ресурсів безпосередньо впливає на конкурентні можливості підприємства та є найважливішим чинником створення конкурентних переваг. У зв'язку з цим іде орієнтація на кваліфіковану й ініціативну робочу силу, безперервність процесу збагачення знань і кваліфікації, гнучкість організації праці, делегування відповідальності зверху вниз, партнерські відносини між учасниками діяльності. Разом з економічним розвитком і появою великих підприємств управління персоналом перетворилося на особливу функцію управління, що потребує спеціальних знань і навиків.

Стратегія управління персоналом – це пріоритетний напрям формування конкурентоспроможного, високопрофесійного, відповідального і згуртованого трудового колективу, що сприяє досягненню довгострокових цілей та реалізації загальної стратегії організації [1, с. 134].

Стратегія менеджменту персоналу визначає істотні кількісні та якісні зміни в структурі персоналу на перспективу: збільшення або скорочення чисельності; зміни у професійно-кваліфікаційній структурі працівників; зміни в обсягах інвестицій в людські ресурси тощо. Системний підхід у сфері управління персоналом відображає взаємозв'язок між окремими аспектами управління персоналом і полягає в розробленні кінцевої мети, визначенні шляхів її досягнення,

створенні відповідного механізму управління, що забезпечує комплексне планування, організації і стимулювання системи робіт із персоналом в організації. Принципи системності в роботі з персоналом передбачають, що управління персоналом на підприємстві повинне охоплювати не окремі категорії працівників, а весь склад персоналу, вирішувати не одномоментні задачі, а проблеми, що безпосередньо виникають у діяльності робітника: від його прийняття на роботу, періоду просування по службі і до останнього дня роботи на підприємстві [6, с. 258].

Головним елементом всієї системи управління є персонал, який в один і той самий час може виступати як об'єктом, так і суб'єктом управління. Працівники підприємства виступають об'єктом тому, що вони є персоналом – це люди, які характеризуються складним комплексом індивідуальних якостей і властивостей, серед яких соціально-психологічні відіграють головну роль. Здатність персоналу одночасно виступати суб'єктом і об'єктом управління є головною специфікою, особливістю управління персоналом, вважає М.І. Мурашко [7, с. 134].

Нині, на думку Г.М. Озерова, послідовно затверджується новий погляд на робочу силу як на один із основних ресурсів економіки. Він відображає реальне підвищення ролі людського фактора у виробництві, зростання залежності останнього від якості, мотивації і характеру робочої сили загалом і кожного працівника окремо [9, с. 94].

Отже, персонал – це найважливіший стратегічний ресурс підприємства.

Низка авторів висловлюють різні погляди щодо управління персоналом. Так, наприклад, Є.В. Маслов стверджує, що управління персоналом – це специфічний вид управлінської діяльності, об'єктом якої є колектив працівників. Також він вважає, що поняття «управління персоналом» за змістом близьке до поняття «управління людськими ресурсами», оскільки об'єкт управлінської дії один і той самий, різниця тільки в специфічному підході до працівника і його робочої сили як ресурсу [6, с. 87].

Водночас Б.М. Генкін відзначає, що основним завданням управління людськими ресурсами є найбільш ефективне використання здібностей працівників у відповідності з основними цілями підприємства та суспільства [2, с. 158].

Управління персоналом – це цілеспрямована діяльність керівного складу організації щодо розроблення концепції, стратегій кадрової політики і методів управління людськими ресурсами. Це комплексний, планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства. Планування, формування, перерозподіл і раціональне використання людських ресурсів є основним змістом управління персоналом [7, с. 79].

П.В. Журавльов та Ю.Г. Одегов [3; 8] вважають, що сутність управління персоналом полягає в тому, що люди розглядаються як конкурентне багатство компанії, яке потрібно розміщувати, розвивати, мотивувати разом з іншими ресурсами для того, щоб досягти стратегічних цілей підприємства.

О.В. Крушельницька та Д.П. Мельничук вважають, що управління персоналом – це система взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів щодо створення умов для нормального функціонування, розвитку та ефективного використання потенціалу робочої сили на рівні організації. Це специфічна функція управлінської діяльності, головним об'єктом якої є людина, яка входить до певних соціальних груп [5, с. 72].

Система управління персоналом – це комплекс цілей, завдань і основних напрямів діяльності, а також різних форм, методів і відповідного механізму управління, що спрямований на забезпечення постійного зростання ефективності виробництва, продуктивності праці та якості роботи, як схильні вважати В.М. Петюх [10, с. 301], В.С. Савельєва [12, с. 81], С.І. Сотникова [13, с. 54].

Для більш чіткої організації системи управління персоналом на підприємстві розробляють концепцію управління персоналом, що деталізує напрями кадрової політики, які прийняті в стратегічному плані розвитку підприємства.

Мета концепції управління персоналом – створення системи, що ґрунтується в основному не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні найвищих економічних результатів діяльності підприємства [10, с. 197].

Основу концепції управління персоналом підприємства становлять [3, с. 45]:

- розроблення принципів, напрямів та методів управління персоналом;
- урахування роботи з персоналом на всіх рівнях стратегічного планування підприємства;
- впровадження нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу;
- визначення та проведення скоординованої єдиної тарифної політики й оплати праці;
- розроблення і застосування на підприємстві економічних стимулів і соціальних гарантій;
- розроблення заходів щодо соціального партнерства.

За всього розмаїття підходів до формування концепції управління персоналом важливо виділити методологічні засади [12, с. 103]:

1. Кожне підприємство залучає потрібні для досягнення своїх цілей людські ресурси, тобто здійснює підбір і ранжування співробітників.

2. Всі без винятку підприємства проводять навчання своїх працівників, щоб пояснити сут

завдань, які перед ними ставляться, узгодити їхні навички і вміння з поставленими завданнями.

3. Підприємства здійснюють оцінку участі кожного із працівників у досягненні поставлених перед підприємством цілей, наприклад щорічну атестацію.

4. Кожне підприємство в тій або іншій формі винагороджує своїх співробітників, тобто компенсує витрати часу, енергії, інтелекту в досягненні цілей підприємства.

Усе, що пов'язано з винагородою, є зоною підвищеної чутливості, і найменші зміни в цій сфері можуть викликати непередбачені наслідки. Проте і тут простежується декілька нових тенденцій [11, с. 42]:

– дедалі більшого поширення набувають системи плати за знання і компетенцію, за яких розмір винагороди працівника визначається не місцем його посади в ієрархії, а ступенем володіння ключовими для підприємства знаннями;

– збільшується частка змінної частини в прибутку працівників усіх рівнів. Провідні підприємства прагнуть тісно пов'язати фінансові інтереси своїх працівників із власним фінансовим станом. Понад 70% з них використовують метод пільгового продажу акцій своїм працівникам, 66% – дають їм можливість брати участь у розподілі прибутків, 70% – створюють спеціальні системи преміювання за підсумками роботи підрозділу;

– надання працівникам «гнучких» пільг. Замість традиційного обов'язкового набору пільг – медичного страхування, страхування життя тощо – сучасні підприємства надають своїм працівникам можливість вибирати ті пільги, що їм потрібні (у межах визначеного бюджету);

– поступове зниження впливу на визначення розміру заробітної плати таких традиційних чинників, як стаж роботи і фахова біографія, на користь компетенцій та ринку праці. Ця тенденція не дає працівникам «спочивати на лаврах» і змушує займатися самовдосконаленням навіть ветеранів із 20–30-річним стажем.

Стратегія управління персоналом є складовою частиною загальної стратегії організації. На практиці є різні варіанти їх взаємодії:

1. Найбільш поширеним є уявлення про стратегію управління персоналом як залежну похідну від стратегії організації загалом. У такій ситуації працівники служби управління персоналом повинні пристосовуватися до дій керівників організації, підкоряючись інтересам загальної стратегії.

2. Загальна стратегія організації та стратегія управління персоналом розробляються і розвиваються як єдине ціле, що означає залучення фахівців служби управління персоналом до вирішення стратегічних завдань на корпоративному рівні. Цьому сприяє наявність у них високої компетентності, а отже, можливості самостійно вирішувати завдання, що стосуються персоналу, з погляду перспективи розвитку всієї організації.

Стратегія управління персоналом як функціональна стратегія може розроблятися на двох рівнях [4, с. 12]:

- для організації загалом відповідно до її загальної стратегії – як функціональна стратегія на корпоративному, загальноорганізаційному рівні;
- для окремих сфер діяльності (бізнесу) багатoproфільної, диверсифікованої компанії – як функціональна стратегія кожної сфери бізнесу, що відповідає цілям цієї сфери.

Стратегічне управління персоналом включає такі етапи:

- етап аналізу;
- етап планування (вибору);
- етап реалізації прийнятого рішення.

На етапі аналізу визначаються й оцінюються найбільш важливі для розвитку організації фактори, які називають стратегічними чинниками. Ці фактори стосуються як зовнішнього, так і до внутрішнього середовища організації. Найбільш поширеним інструментом аналізу стратегічних чинників є SWOT-аналіз.

На наступному етапі відбувається формулювання можливих організаційних стратегій і вибір кращої стратегічної альтернативи для її реалізації. Також на цьому етапі відбувається формулювання місії і цілей організації.

Коли загальна стратегія сформульована, увага стратегічного менеджменту переключається на процес її реалізації. Стратегія втілюється в життя через розроблення програм, бюджетів і процедур, які можна розглядати як короткострокові і середньострокові плани реалізації стратегії.

Таким чином, якщо розглядати управління персоналом у контексті стратегічного управління організацією, то формування стратегії управління персоналом має такі етапи:

- розроблення місії організації;
- аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища;
- формування і вибір стратегії;
- реалізація стратегії;
- оцінка та контроль за реалізованою стратегією.

Розроблення стратегії управління персоналом здійснюється на основі глибокого систематичного аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, в результаті чого може бути подана цілісна концепція розвитку персоналу та організації загалом відповідно до її стратегії. До зовнішнього середовища належать макросередовище і безпосереднє оточення організації, що мають спрямований вплив і контакти з системою управління персоналом.

Завдання стратегії персоналу можна сформулювати так:

- кадрове забезпечення корпоративної, конкурентних та функціональних стратегій підприємства;
- розроблення заходів з адаптації наявного трудового потенціалу до нових вимог, перед-

бачених новою стратегією підприємства; одночасне розроблення нової, адекватної новій стратегії, концепції трудозабезпечення і системи заходів з її реалізації;

- робота на випередження тих змін, які передбачаються стратегіями підприємства, інакше нікому буде ці зміни впроваджувати й організовувати роботу по-новому;

– введення системи кадрової роботи, яка б передбачала наявність, взаємозв'язок і взаємозумовленість всіх аспектів управління персоналом, її безперервність;

- не допускати винятково технічного, ресурсного підходу до кадрів як до важливого фактору виробництва, а ставитися як до соціальної складової частини діяльності підприємства. Адже повноцінне формування і відновлення трудового потенціалу залежить від соціального середовища, що залежить від ефективності економічної діяльності.

Стратегічні цілі персонал-стратегії передбачають вибір концепції персоналізації, персоналізації стратегічного менеджменту підприємства; визначення місця і ролі підсистеми управління персоналом як частини загальної системи управління; формування кадрової стратегії, політики, «кар'єрних стратегій» з урахуванням особливостей трудового потенціалу підприємства; створення системи підготовки фахівців відповідно до специфіки діяльності і напрямів розвитку підприємства; управління персоналом як поєднання принципів стратегічної і поточної діяльності, індивідуального та колективного впливу, комплексного розв'язання проблем оплати та дисципліни праці, її захисту, безпеки та гігієни тощо; формування ефективних комунікацій, заснованих на позитивних відносинах усередині і за межами підприємства; дотримання чинного законодавства щодо регулювання трудових відносин; розроблення планів і програм розвитку персоналу підприємства.

До типових стратегій управління персоналом відносять [14, с. 86]:

1. Стратегію добору і навчання (добір і навчання персоналу; переміщення співробітників відповідно до загальних і функціональних стратегій; організація безперервного навчання; організація роботи аналітичних центрів добору і розвитку персоналу тощо);

2. Стратегію винагороди і мотивації (формування корпоративних цінностей, оцінювання персонального внеску в загальні результати; система участі у прибутках; впровадження нематеріальних важелів мотивації тощо);

3. Стратегію формування трудових відносин (участь персоналу в управлінні; відносини із профспілками; адаптація до системи державного регулювання трудових відносин тощо);

4. Стратегію управління персоналом (план добору, найму, навчання, перекваліфікації, стимулювання працівників відповідно до потреб, зумовлених організаційними змінами).

Висновки. Отже, стратегічне управління персоналом повинне сприяти посиленню можливостей організації протистояти конкурентам на відповідному ринку, ефективно використовувати свої сильні сторони в зовнішньому оточенні; розширенню конкурентних переваг організації за рахунок створення умов для розвитку та ефективного використання трудового потенціалу, формування кваліфікованого, компетентного персоналу; повному розкриттю здібностей персоналу до творчого, інноваційного розвитку для досягнення як цілей організації, так і особистих цілей працівників. Стратегія управління персоналом може охоплювати різні аспекти управління персоналом організації: вдосконалення структури персоналу (за віком, категоріями, професії, кваліфікації тощо); оптимізацію чисельності персоналу з урахуванням його динаміки; підвищення ефективності

витрат на персонал, що включають оплату праці, винагороди, витрати на навчання та інші грошові витрати; розвиток персоналу (адаптацію, навчання, службове просування); заходи соціального захисту, гарантій, соціального забезпечення (пенсійне, медичне, соціальне страхування, соціальні компенсації, соціально-культурне та побутове забезпечення тощо); розвиток організаційної культури (норм, традицій, правил поведінки в колективі тощо); вдосконалення системи управління персоналом організації (складу та змісту функцій, оргструктури, кадрового, інформаційного забезпечення тощо). Розробляючи стратегію управління персоналом, необхідно керуватися правилом: в основу вдосконалення систем і методів управління повинні бути покладені людські ресурси, що розглядаються в сукупності різних елементів системи управління персоналом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : [монографія] / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко. Донецьк: Дон НУЕТ, 2010. 238 с.
2. Генкін Б.М. Економіка та соціологія труда : [навчальний посібник] / Генкін Б.М. М.: ИНФРА-М, 2005. 421 с.
3. Журавлев П.В. Мировой опыт управления персоналом. Обзор зарубежных источников : [монографія] / П.В. Журавлев. М.: Изд-во Российской Экономической академии, 2002. 232 с.
4. Колот А.М. Соціальна згуртованість суспільства як доктрина: основні засади, причини актуалізації, складники розвитку / А.М. Колот // Економічна теорія [Текст]. № 1. 2010. С. 10–15.
5. Крушельницька О.В. Управління персоналом : [навчальний посібник] / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. К.: Кондор, 2003. 296 с.
6. Маслов Е.В. Менеджмент организаций: [учебное пособие] / Е.В. Маслов. М.: Инфра-М, 2006. 374 с.
7. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу : [навчальний посібник] / М.І. Мурашко. К.: «Знання», 2006. 272 с.
8. Одегов Ю.Г. Управление персоналом : [учебное пособие] / Ю.Г. Одегов. – Новосибирск, 2004. 139 с.
9. Озеров Г.М. От персональной эффективности к корпоративным знаниям, инструментам, технологиям и системам : [учебное пособие] / Г.М. Озеров. М.: ИНФРА-М, 2007. 254 с.
10. Петюх В.М. Управління персоналом: [навчальний посібник] / В.М. Петюх. К.: КНЕУ, 2007. 288 с.
11. Полянська А.С. Дослідження чинників зовнішнього середовища як необхідна умова розвитку підприємств у сучасних умовах / А.С. Полянська, Т.М. Оришин // Регіональна економіка [Текст]. 2010. № 2(56). С. 39–47.
12. Савельєва В.С. Управління персоналом : [навчальний посібник] / В.С. Савельєва, О.Л. Єськов. К.: Професіонал, 2006. 284 с.
13. Сотникова С.И. Управление карьерой: [учебное пособие] / С.И. Сотникова. М.: Инфра-М, 2006. 215 с.
14. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці : [монографія] / [Бузько І.Р., Вартанова О.В., Надьон Г.О. та ін.]. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. 304 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ СИСТЕМ Е. ГОЛДРАТТА В КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ

APPLICATION OF GOLDRATT'S THEORY OF CONSTRAINTS IN CORPORATION MANAGEMENT

Пономаренко І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Київський національний університет технологій та дизайну

Губань К.Ф.

магістр,
Київський національний університет технологій та дизайну

У статті розглянуто сутність теорії обмежень систем, яка була розроблена Е. Голдраттом. Розглянуто поняття bottleneck (вузьке місце), яке належить до головних елементів концепції бережливого виробництва. Виокремлено п'ять послідовних кроків, які дають змогу провести реорганізацію досліджуваної системи впродовж короткого періоду часу.

Ключові слова: теорія обмежень систем, корпорації, конкурентоспроможність, ключові фактори, ефективність діяльності.

В статье рассмотрена сущность теории ограничений систем, которая была разработана Е. Голдраттом. Рассмотрено понятие bottleneck (узкое место), которое относится к главным элементам концепции бережливого производства. Выделены пять последовательных шагов, которые позволяют провести реорганизацию исследуемой системы в течение короткого периода времени.

Ключевые слова: теория ограничений систем, корпорации, конкурентоспособность, ключевые факторы, эффективность деятельности.

The article deals with the essence of system constraints theory, which was developed by E. Goldratt. Considered the concept of «bottleneck», which refers to the main elements of lean production concept. There are five consecutive steps that allow to reorganize the system under study for a short period of time.

Key words: theory of system constraints, corporation, competitiveness, key factors, performance.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах на національному та глобальному рівнях існує високий рівень конкуренції між компаніями. Поряд із цим спостерігається безперервна трансформація соціально-економічних перетворень в умовах інтенсифікації запровадження інформаційно-інноваційних технологій. В окреслених умовах для забезпечення сталого розвитку та отримання конкурентних переваг компаніям необхідно вирішити низку важливих протиріч: між строками та якістю, вартістю та витратами, необхідною продуктивністю і наявними ресурсами тощо. Таким чином, виникає необхідність проведення бізнес-аналізу ключових процесів компанії. У рамках реалізації окреслених заходів доцільно врахувати ключові положення теорії обмежень систем (ТОС), яка складається з двох аспектів – у сфері мислення та в напрямі конкретних прикладних рішень. Останній аспект

утворює предмет досліджень в економіці та управлінні підприємствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спираються автори. Дослідженню питань використання теорій обмежень систем присвячено праці багатьох іноземних та вітчизняних учених, проте найбільший внесок у дослідження зазначеної наукової проблематики зробили Вольфганг Мевес та Еліяху Голдратт. Однак існує потреба в комплексному дослідженні зазначеного підходу для його адаптації компаніями до чинників зовнішнього та внутрішнього середовища в сучасних умовах на національному та глобальному рівнях.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – обґрунтувати напрями забезпечення конкурентоспроможності корпорації з використанням теорії обмежень систем Е. Голдратта.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих науко-

вих результатів. У сучасних умовах більшість компаній функціонує у висококонкурентному середовищі, яке формується під впливом глобалізаційних процесів. Особливості розвитку національного ринку та міжнародного економічного простору істотно впливають на інтенсивність розвитку компаній. Поряд із чинниками зовнішнього середовища розвиток компаній підпорядковується наявним фінансовим, матеріальним та трудовим ресурсам, стратегічним цілям керівництва тощо, які формують внутрішні чинники розвитку [1].

Наявність обмежень негативно впливає на розвиток компаній та змушує враховувати чинники впливу під час оптимізації стратегій функціонування на різноманітних ринках. За допомогою комплексних заходів компанії намагаються скоротити вплив чинників, щоб розширити наявні обмеження. У рамках вирішення зазначеної проблеми у 1970-х роках ізраїльським фізиком Еліяху Голдратом було розроблено теорію обмежень систем (ТОС) [2].

Теорія обмежень системи (ТОС) являє собою філософію управління бізнесом, яка орієнтована на досягнення амбітних фінансових результатів. Фахівці, які притримуються зазначеного підходу, відзначають, що використання компанією ТОС упродовж чотирьох років дає можливість збільшити прибуток до величини обороту, що був зафіксований на початку запровадження цієї концепції.

Ключова перевага методології полягає у наявності кумулятивного ефекту, який дає змогу за одночасного управління невеликою кількістю елементів системи досягати значного сумарного ефекту, що перевищує у декілька разів результат одночасного впливу на всі або переважну більшість проблемних сфер системи. Підтвердженням ефективності ТОС є її запровадження передовими компаніями на різних етапах розвитку (McDonald's, Procter&Gamble, AT&T, General Motors, Philips, Boeing та ін.). У сучасних умовах концепція ТОС використовується в сільському господарстві, консалтингу, освіті, охороні здоров'я, в особистісному зростанні тощо.

Центральне місце в теорії обмежень систем посідає поняття bottleneck (вузьке місце), оскільки є одним із головних елементів концепції бережливого виробництва. Універсальність наведеного елемента дає змогу використовувати його в будь-якій галузі: сфері послуг, розробленні програмного забезпечення, логістиці тощо. У виробничій сфері ефект bottleneck призводить до простоїв виробничих ліній та процесів, що негативно впливає на ефективність підприємства, призводить до затримок у постачанні продукції замовникам та сприяє зростанню виробничих затрат. Система менеджменту як важливий елемент виробничого процесу компанії також може містити характерні вузькі місця [3].

Виділяють два типи вузьких місць:

1. Короткострокові вузькі місця – виникають унаслідок появи у підприємства тимчасових проблем в окремих структурних підрозділах або в організації у цілому.

2. Довгострокові вузькі місця – наявність певних недоліків у функціонуванні на постійній основі.

З позиції стратегії оптимізації процесів функціонування компанії вузькі місця необхідно розглядати як потенційні точки поліпшень. Комплексний аналіз виявлених недоліків дає змогу реалізувати комплекс заходів щодо оптимізації досліджуваних явищ, підвищити ефективність функціонування окремих процесів та підприємства у цілому. Для вирішення поставлених завдань необхідно використовувати комплексну оперативну інформацію та застосовувати науково обґрунтовані підходи, що дають змогу отримати максимально можливий результат в даних просторово-часових умовах.

У процесі пошуку джерел для зростання підприємства та його виходу на новий рівень необхідно ідентифікувати обмеження, які слід розглядати не тільки як інструменти блокування розвитку, а й як потенційні джерела якісної трансформації системи. За умови ефективної системи прийняття рішень виявлені обмеження дадуть змогу вивести підприємство на новий рівень, що позитивно вплине на рівень його конкурентоспроможності. Різниця між поточним і бажаним станом системи мотивує менеджерів організації до виявлення можливостей зростання через пошук обмежень.

Залежно від системи необхідно виділити три основні групи обмежень:

1) обмеження потужності – відсутність можливості надати системі в зазначений період часу необхідний обсяг потужності;

2) обмеження ринку – особливості формування попиту на конкретному ринку можуть призвести до обмеження придбаних у компанії продуктів, що не дає змоги досягти необхідного для розвитку рівня рентабельності. Ключовим напрямом вирішення зазначених обмежень є реалізація політики лояльності до клієнтів, яка передбачає стимулювання зростання продажів шляхом пропонування продукції на ринку з вигідними для споживачів умовами;

3) обмеження часу – низький рівень адаптивності системи призводить до необґрунтованих часових затримок у процесі реагування на зміни потреб певного ринку.

Теорія обмежень системи являє собою сферу управління, яка пов'язана з постійним генеруванням прибутку за рахунок прискорення найбільш корелюючих процесів. За умови використання науково обґрунтованих підходів, що враховують специфіку функціонування системи, дають змогу ідентифікувати ключові чинники та розробити стратегії оптимізації, можливо забезпечити прискорене зростання впродовж тривалого періоду часу. Згідно з ТОС, потрібно визначити наявні у системі обмеження, які необхідні

для утримання якості продукції на рівні, що потребує ринок, для максимізації можливого в конкретних просторово-часових умовах прибутку. Використання методології ТОС дає можливість за допомогою системи інструментів виявити наявні обмеження, а також ідентифікувати управлінські протиріччя, які знаходяться в основі цих обмежень. Цінність представленого підходу пояснюється його простотою та практичністю під час упровадження.

Реалізація ТОС дає змогу досягти конкретних завдань компанії впродовж двох-трьох місяців. Слід зазначити, що у цьому разі важливо використати механізм стимулювання працівників, який дасть змогу забезпечити взаємовигідне співробітництво.

Виокремлюють п'ять послідовних кроків, які дають змогу провести реорганізацію досліджуваної системи впродовж короткого періоду часу:

1. Пошук обмежень системи: ідентифікація елементу системи, в якому знаходиться найслабша ланка; визначення характеристик виокремленого обмеження.

2. Послаблення впливу обмеження системи: виявлення можливостей щодо нівелювання обмежуючого елементу за умови використання мінімально можливих витрат ресурсів.

3. Зосередження зусиль на обмеженнях системи: на даному етапі система за допомогою низки опцій налаштовується для забезпечення оптимального функціонування обмежувального елемента.

Проведення комплексного аналізу стосовно оцінювання впливу обмеження на роботу системи дає змогу встановити його нівелювання або продовження існування.

4. Зняття обмежень являє собою комплекс заходів, які передбачають реорганізацію, перерозподіл повноважень, оптимізацію використання фінансових ресурсів тощо.

5. Повторення циклу: за успішного позбавлення від обмеження необхідно визначити наступний елемент, який стримує ефективну роботу системи. Важливість зазначеного етапу визначається залежно від кількості обмежень, які було знято. Трансформація системи відбувається за видалення кожного з обмежень, тому необхідно проводити детальний аналіз отриманих результатів після виключення кожного з обмежень, обчислюючи ефективність реалізованих заходів. Зміна сили обмеження вплине на механізми, правила і процедури. Необхідно ідентифікувати стратегічне обмеження і, враховуючи результати дослідження, оптимізувати роботу всієї системи. Реалізація цих заходів дасть змогу управлінському апарату зосередитися на конкретних обмеженнях та досягти результатів, яких передбачається досягти згідно зі стратегічними цілями.

Отже, до важливих інструментів теорії обмежень системи необхідно віднести самовдосконалення та самоперевірку. Представлені інструменти повинні використовуватися на постійній

основі, що дасть змогу моніторити наявну ситуацію та приймати ефективні управлінські рішення для оптимізації діяльності організації.

У межах представлені концепції Е. Голдратом було описано методику «Барабан – буфер – мотузка», або DBR (Drum – Buffer – Rope). До основних кроків щодо використання методики належать:

1. «Барабани» – робочі центри, які є вузькими місцями. На цьому кроці здійснюється розроблення детального плану-графіка робіт для ефективного використання обмеження.

2. «Буфер» являє собою створення захисної ланки, що запобігає можливості простоювання обмеження.

3. «Мотузка» – створення механізму своєчасного запуску певного проекту у виробничий процес [4].

Компанія McDonald's може слугувати яскравим прикладом застосування системного підходу до власних бізнес-процесів. Будуючи стратегію розвитку з урахуванням ключових принципів зазначеного підходу, корпорація забезпечила сталість та надійність розвитку в довгостроковій перспективі у глобальному економічному середовищі.

Компанія McDonald's використовує принципи бережливого управління, що включають такі компоненти:

1. Стандартизація.

2. Процесний підхід до виробництва продукції. Для виготовлення кінцевого продукту різноманітні структурні підрозділи вибудовуються у систему, що функціонує за певними принципами, а окремі елементи взаємодіють між собою згідно з чітко визначеним регламентом.

3. Згідно з підходами компанії, конкретні продукти виробляються лише після надходження замовлення клієнта. Асортимент готових продуктів незначний та обмежується напоями (соки та лимонади).

4. Мобільність та універсальність працівників. Співробітники компанії можуть виконувати широкий перелік функціональних обов'язків, змінюючи колег на різних посадах у межах конкретного закладу швидкого харчування.

5. Оптимізація використання виробничого простору. Ефективне використання робочого простору дає можливість компанії не лише економити простір у межах приміщень, але й дає змогу підвищити продуктивність праці робітників завдяки їх раціональному розміщенню та взаємодії.

Існує тісний взаємозв'язок між ефективним процесом виробництва та інформаційною кампанією, що реалізується на основі наукових принципів. Інформування реалізується в рамках маркетингової стратегії, що дає змогу побудувати комунікації із цільовою аудиторією, й на основі комплексної статистичної інформації про ринок відбувається коригування випуску певних категорій продукції.

Ефективна система менеджменту компанії дає змогу оперативно ідентифікувати наявні обмеження у виробництві та обслуговуванні, поряд із чим потребує оптимізації процес виявлення та

позбавлення обмеження у вигляді зворотного зв'язку з клієнтами на офіційному сайті. Постійна адаптація маркетингових комунікацій компанії до особливостей клієнтів призводить до зростання довіри цільової аудиторії. Специфіка застосування мережі Інтернет полягає у тому, що конкуренти або зловмисники мають значні можливості для незаконного використання імені компанії шляхом створення фейкових ресурсів або запуску шкідливого програмного забезпечення від імені бренду [1; 5].

Для компанії існують такі ризики в мережі Інтернет за умови використання конкурентами шкідливого програмного забезпечення:

- стеження за клієнтами компанії;
- фішинг;
- додавання зловмисниками та конкурентами власних рекламних програм на фейкових ресурсах, що маскуються під офіційний сайт компанії;
- поширення шкідливих програм від імені компанії тощо.

Фахівці компанії McDonald's упродовж тривалого періоду часу розробляли систему ефективних заходів, що дали б змогу перетворити це обмеження у чергову можливість. У результаті було запущено у прямому ефірі телевізійну передачу «Наша їжа, ваші запитання» з реальними учасниками. Споживачі мали можливість безпосередньо отримати відповіді на питання щодо якості продукції, особливостей формування асортименту, специфіки відбору поставальників тощо. Поряд із цим телевізійна аудиторія мала можливість слідкувати за веденням діалогу у прямому ефірі, що сприяло зростанню довіри до компанії [6].

У схематичному вигляді теорія обмежень систем цієї ситуації представлена на рис. 1.

У цілому McDonald's працює ефективно, оскільки фахівці компанії знаходять обмеження в системі та використовують їх як чергове потенційне поліпшення. В умовах високої конкуренції на ринку швидкого ресторанного харчування компанія займає лідируючі позиції, що свідчить про використання науково обґрунтованих підходів оптимізації її діяльності, у тому числі й завдяки застосуванню концепції ТОС.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Теорія обмежень систем є ефективним підходом, який дає змогу компаніям, за умови дотримання ключових положень методу та з урахуванням специфіки ключових організаційно-виробничих процесів, оптимізувати діяльність структур. Важливе місце в наведеному контексті займають обмеження, які необхідно враховувати під час удосконалення функціонування конкретної компанії. У рамках запровадження ТОС корпорацією McDonald's було виявлено низку ризиків, які можуть негативно вплинути на відношення клієнтів до компанії, оскільки зловмисники мають можливість отримати певну персональну інформацію або економічні вигоди, прикриваючись ім'ям компанії. Проблема полягає у тому, дуже важко реалізувати комплекс заходів щодо боротьби з незаконними діями. Поряд із цим застосування теорії системи обмежень Е. Голдратта дає можливість корпорації не тільки існувати на ринку, а й підвищувати продуктивність діяльності, у тому числі ефективно боротися з ризиками в мережі Інтернет.



Рис. 1. Схематичне зображення використання ТОС корпорацією McDonald's на ринку [7]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Halicki M., Ślusarczyk B. Analzyis of the impact of ekonomies internationalization in the portfolio maganement proces, *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, *Ekonomia* nr 347, (red.) J. Sokołowski, M. Rękas, G. Węgrzyn, s. 155–165.
2. Детмер У. Теория ограничений Голдратта: Системный подход к непрерывному совершенствованию; пер. с англ.; 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 444 с.
3. Теория ограничений (ТОС). URL: <http://www.intalev.ua/services/theory-of-constraints/>.
4. Методика «Барабан – буфер – веревка» в BAS ERP. URL: <http://tqm.com.ua/likbez/article/metodika-baraban-bufer-verevka-tos-1c-predpriyatie-8-erp-2>.
5. Чубукова О.Ю., Ралле Н.В. Складові інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 3(7). С. 130–133.
6. Офіційний сайт компанії. URL: <https://www.mcdonalds.com/>.
7. McDonald's and the Art of Small Fixes. URL: <https://www.fool.com/investing/general/2015/09/29/mcdonalds-corporation-and-the-art-of-small-fixes-f.aspx>.

ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ ПОКАЗНИКІВ СУТТЄВОСТІ В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

THE PROBLEMS OF SELECTING INDICATORS OF MATERIALITY IN THE MANAGEMENT EXPENSES OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Пчелинська Г.В.

старший викладач кафедри «Облік і оподаткування»,
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля

У статті розглянуто проблеми вибору показників суттєвості як інструменту управління витратами промислового підприємства. Запропоновано на аналітичному етапі прийняття рішення щодо вибору альтернатив в оцінці витрат використовувати коефіцієнти порогів суттєвості з різними базами їх визначення. Розроблено алгоритм оцінювання їхнього впливу на індикатори ефективності управління витратами підприємства.

Ключові слова: витрати, управління, аналіз, суттєвість, ефективність, алгоритм, прийняття рішення.

В статье рассмотрены проблемы выбора показателей существенности как инструмента управления расходами промышленного предприятия. Предложено на аналитическом этапе принятия решения о выборе альтернатив в оценке расходов использовать коэффициенты порогов существенности с разными базами их определения. Разработан алгоритм оценки их влияния на индикаторы эффективности управления расходами предприятия.

Ключевые слова: расходы, управление, анализ, существенность, эффективность, алгоритм, принятие решения.

The article considers problems of choosing the indicators of materiality as a tool for managing of the expenses of an industrial enterprise. It was suggested on the analytical stage of the decision making to use the coefficients of materiality thresholds with different bases for their determination. Developed an algorithm for assessing their impact on the indicators of the efficiency of enterprise expenses management.

Key words: expenses, management, analysis, materiality, effectiveness, algorithm, decision making.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Значна частина варіативних параметрів та методів оцінки витрат або активів, зобов'язань, які впливають на їх формування, зумовлює необхідність вибору показників суттєвості: бази визначення та кількісних критеріїв.

З іншого боку, багатоваріантність та наявність невизначених законодавством порогів суттєвості окремих об'єктів ускладнює їх практичне застосування в стратегічному плануванні та обліку витрат підприємства. Це потребує дослідження аналітичного інструментарію прийняття рішення щодо вибору показників суттєвості для підвищення ефективності управління витратами підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Трактуються в міжнародній та вітчизняній практиці терміну «суттєвість», нормативне регулювання щодо її якісних та кількісних ознак, важливість порогу суттєвості серед елементів облікової політики у своїх роботах розглядали: І.О. Бланк, Ф.Ф. Бутинець,

С.Ф. Голов, Т.Т. Дуда, О.А. Петрик, М.Д. Корінько, Р.Р. Кулік, С.М. Лайчук, В.С. Лень, Ф.В. Максимова, Я.В. Соколов, М. Щирба та ін.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що значну увагу автори приділяють:

- етимології поняття «суттєвість» [1–3] та його синонімічності з «істотністю» та «матеріальністю» [2];

- призначенню показників суттєвості в обліку та аудиті [3–6];

- систематизації господарських операцій підприємств, елементів фінансової звітності, за якими визначено нормативними актами рекомендовані пороги суттєвості [1; 3; 5; 7].

Однак, на нашу думку, недостатньо вивченим та розкритим залишається питання визначення та вибору показників суттєвості витрат у взаємозв'язку з активами, зобов'язаннями, які впливають на їх формування, що свідчить про актуальність досліджуваної проблеми.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розроблення практичних рекомендацій щодо аналітичного інстру-

ментарію вибору показників суттєвості в управлінні витратами промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У процесі організації та регулювання управління витратами промислового підприємства важливу роль відіграє економічний аналіз, оскільки вибрані та затверджені методи, окремі параметри оцінки витрат використовуються на умовно-постійній основі.

Характеристики показників суттєвості з боку держави регламентуються національними, міжнародними стандартами бухгалтерського обліку та аудиту, рекомендаціями Міністерства фінансів України тощо.

На етапі формування витрат фахівці користуються нормами облікового законодавства; на етапі контролю – стандартами аудиту.

Кількісні критерії – пороги суттєвості та її якісні ознаки керівництво підприємства визначає самостійно з урахуванням вимог діючого законодавства. Визначення порогів суттєвості (кількісних показників) здійснюється за вибраною базою: статтею звітності, сумою окремого розділу звіту тощо. Характеристика якісних ознак суттєвості в обліковому законодавстві не наводиться, у стандартах аудиту надано загальні вимоги та рекомендації до них.

У процесі вибору альтернатив в оцінці витрат підприємств на підготовчому етапі, зокрема, необхідно проводити аналіз потреби визначення показників суттєвості, оскільки майже половина з якісних ознак суттєвості не має рекомендованих законодавством кількісних критеріїв. Також відсутність чіткого алгоритму розрахунку порогів суттєвості потребує його вибору або розроблення кожним суб'єктом господарювання з урахуванням особливостей умов функціонування.

Для визначення показників суттєвості витрат можна використовувати такі прийоми та способи аналізу:

а) для розрахунку порогів суттєвості:

– загальнонаукові методи: індуктивний метод (прийняття загального рівня суттєвості на основі визначених кількісних її критеріїв за окремими статтями звіту) та дедуктивний (визначення порогів суттєвості спочатку для всієї звітності з подальшим розподілом між конкретними статтями) [8];

– математичні прийоми аналізу: порівняння з використанням абсолютних, відносних, середніх та стандартних величин; графічні, табличні; прийоми детермінованого аналізу: моделювання факторних систем, способи факторних розрахунків (абсолютних та відносних різниць, індексний та ін.); прийоми фінансової математики (наприклад, дисконтування); прийоми стохастичного аналізу; прийоми оптимізації показників [9, с. 61–62] (на етапі прийняття рішення щодо вибору порогу суттєвості окремого об'єкта).

Наприклад, на етапах планування та контролю витрат можна використовувати такі способи розрахунку суттєвості, як розрахунок середньоарифметичного значення, відхилення найменшого або найбільшого значення від середнього, встановлення порогу суттєвості як суми межі зміни окремої статті звіту та ін. [10];

б) для визначення якісних ознак суттєвості, вибору бази визначення кількісних критеріїв – метод експертних оцінок.

Окремі науковці, які досліджують проблеми визначення порогів суттєвості, пропонують свої методики розрахунків. Наприклад, у рамках реалізації дедуктивного методу Н.Л. Шкіря для визначення відсотку суттєвості для контролю якості фінансової звітності пропонує підхід, який дає змогу нівелювати вплив різних грошових оборотів, суми капіталу для різних підприємств [11].

У 2006 р. проф. Р. Роснер і К. Комуналь для оцінки суттєвості статті звітності запропонували метод нечіткої логіки (fuzzy logic) [12]. Він передбачає присвоєння вагового коефіцієнта кожному чиннику, який впливає на суттєвість окремої статті звітності; дослідження експертами та розрахунок сили впливу окремого чинника з присвоєнням коефіцієнтів впливу; визначення та інтерпретацію підсумкового показника суттєвості статті звітності.

У рамках концепцій альтернативних витрат та їх суттєвості для досягнення поставлених стратегічних завдань управління витратами підприємства для вибору порогу суттєвості окремого об'єкта автором пропонується використання коефіцієнту порогів суттєвості з різними базами їх визначення:

$$K_{пс} = \frac{ПС_i}{ПС_{баз}}, \quad (1)$$

де $K_{пс}$ – коефіцієнт порогів суттєвості;

$ПС_{баз}$ – поріг суттєвості базовий;

$ПС_i$ – поріг суттєвості з іншою (і) базою визначення.

Для вибору альтернатив досягнення вибраної мети управління витратами та оцінки ефективності прийнятого управлінського рішення менеджменту підприємства необхідно заздалегідь визначити найбільш адекватні для конкретних умов господарювання показники-індикатори [13, с. 42], перелік та значення яких повинні базуватися на прогнозуванні очікуваного результату.

Розглянемо використання коефіцієнту порогів суттєвості для оцінки їхнього впливу на індикатори ефективності управління витратами підприємства – відносна зміна повної собівартості реалізації, прибутку від реалізації.

Як альтернативні показники суттєвості виберемо рекомендовані Міністерством фінансів України пороги суттєвості для проведення переоцінки основних засобів промислового фондоемного підприємства: 10% різниці між балансовою та справедливою вартостями основних засобів, 1% чистого прибутку (табл. 1–3).

Таблица 1

Оцінювання впливу альтернативних порогів суттєвості для проведення переоцінки основних засобів на індикатори ефективності управління витратами (традиційний спосіб)

№ з/п	Найменування показнику	2017 р.	Альтернативні порогові суттєвості	
			10% від балансової вартості основних засобів	1% чистого прибутку
1	Абсолютний приріст витрат на амортизацію, тис. грн.	–	11654,10	278,34
2	Повна собівартість реалізації, тис. грн.	2702037,00	2713691,10	2702315,34
3	Темп приросту повної собівартості реалізації, %	–	0,4313	0,0103
4	Прибуток від реалізації, тис. грн.	377077,00	365422,90	376798,66
5	Темп приросту прибутку від реалізації, %	–	-3,09	-0,07

Таблица 2

Пропонований розрахунок коефіцієнта порогів суттєвості

№ з/п	Найменування показнику	2017 р.
1	1% чистого прибутку (збитку), тис. грн.	4602,88
2	10% балансової вартості ОЗ, тис. грн.	192720,9
3	Коефіцієнт порогів суттєвості (п.1/п.2*100%)	2.39

Таблиця 3

Оцінювання впливу альтернативних порогів суттєвості для проведення переоцінки основних засобів на індикатори ефективності управління витратами (пропонований спосіб)

№ з/п	Найменування показнику	2017 р.	ПС _{баз} = 10% від балансової вартості основних засобів	Розрахунок	ПС ₂ = 1% чистого прибутку
1	Темп приросту витрат на амортизацію, %	–	10,00	–	–
2	Повна собівартість реалізації, тис. грн.	2702037,00	2713691,10	–	–
3	Темп приросту повної собівартості реалізації, %	–	0,4313	0,4313*2,39/100	0,0103
4	Прибуток від реалізації, тис. грн.	377077,00	365422,90	–	–
5	Темп приросту прибутку від реалізації, %	–	-3,09	-3,09*2,39/100	-0,07

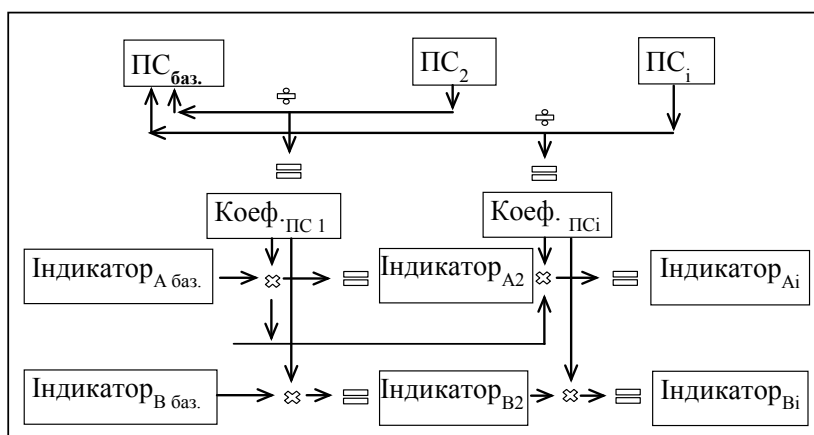


Рис. 1. Пропонований алгоритм оцінювання впливу альтернативних порогів суттєвості на індикатори ефективності управління витратами підприємства

Джерело: розробка автора

За даними табл. 1–3 можна зробити висновок, що запропонований коефіцієнт порогів суттєвості дає змогу привести порогові суттєвості з різними базами їх визначення до порівняного виду. Зазначимо, що на практиці для вибору оптимального для підприємства порогу суттєвості окремого об'єкта можуть використовуватися більше ніж дві альтернативи. Отже, запропонований підхід спрощує та прискорює обчислення, зменшує витрати часу, ресурсів на виконання аналітичних процедур.

Більш наочно запропонований підхід наведено на рис. 1.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Таким чином, на аналітичному етапі прийняття рішення щодо вибору альтернатив в оцінці витрат підприємства використання коефіцієнтів порогів суттєвості підвищує корисність аналітичної інформації, оскільки спрощує співставлення різних за якісною та кількісною характеристикою показників.

Запропонований алгоритм оцінювання впливу альтернативних порогів суттєвості на індикатори ефективності управління витратами підприємства дає змогу прийняти адекватне управлінське рішення за подальшого аналізу відповідності отриманих значень індикаторів їх граничному рівню, що є напрямом подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дуда Т.Т., Коронівський П.О., Левицька І.В. Суттєвість в обліковій політиці підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 1. С. 68–70.
2. Кулик Р.Р. Етимологія поняття «суттєвість» у бухгалтерському обліку та аудиті. Економічний аналіз. 2014. Т. 18. № 2. С. 23–30.
3. Щирба М. Суттєвість інформації в фінансовій звітності та її вплив на економічні рішення користувачів. Економічний аналіз. 2010. Вип. 7. С. 403–406.
4. Корінко М.Д. Оцінка суттєвості і помилок в аудиті. Сталій розвиток економіки. 2012. № 1. С. 205–207.
5. Лайчук С.М. Об'єкти суттєвості в обліковій політиці підприємства. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». 2014. № 1. С. 20–24.
6. Максимова В.Ф., Слободяник Ю.Б. Особливості визначення суттєвості і ризиків у державному аудиті. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». 2015. Вип. 1(2). С. 360–364.
7. Товстоп'ят Ю., Чернишова Н., Крилова Т. Суттєвість інформації. Податковий кодекс. 2014. № 24. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nk/2014/december/issue-24/article-4139.html> (дата звернення: 14.09.2018).
8. Тітаренко Г.Б., Радіонова Н.Й. Суттєвість в аудиті в концепції визначення вартості інноваційних проєктів. URL: http://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Tytarenko20150523.pdf (дата звернення: 14.09.2018).
9. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. К.: Центр учбової літератури, 2013. 384 с.
10. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016–2017 рр. Ч. 1. С. 1141. URL: http://www.apu.com.ua/attachments/article/1151/2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C1.pdf (дата звернення: 14.09.2018).
11. Шкіря Н.Л., Залізняк Н.В. Нові підходи до визначення та розподілу суттєвості в аудиті. URL: http://www.confcontact.com/2007mart/3_shkiryia.php (дата звернення: 14.09.2018).
12. Оценка существенности в US GAAP. URL: https://gaap.ru/articles/otsenka_sushchestvennosti_v_us_gaap/ (дата звернення: 14.09.2018).
13. Курило О.Б. Сутність, принципи та механізм структурування витрат промислових підприємств. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2013. № 767. С. 39–44.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

INCREASING THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN THE ENTERPRISE, AS A METHOD OF MANAGING THE PRODUCTION POTENTIAL

Солодовник М.С.

магістр,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Хринюк О.С.

доцент,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті виявлено роль інноваційного розвитку підприємств для їх ефективного функціонування. Розкрито поняття «інноваційний потенціал підприємства». Розглянуто структуру потенціалу підприємства. Вказано, як певні чинники можуть здійснювати вплив на рівень ефективності інноваційної діяльності організації. Зроблено висновки про основні шляхи вдосконалення інноваційного процесу на підприємстві.

Ключові слова: підвищення, інноваційна діяльність, ефективність, промисловість, менеджмент, підприємство.

В статье выявлена роль инновационного развития предприятий для их эффективного функционирования. Раскрыто понятие «инновационный потенциал предприятия». Рассмотрено структурирование потенциала предприятия. Указано, каким образом определенные факторы могут оказывать влияние на уровень эффективности инновационной деятельности организации. Сделаны выводы об основных путях совершенствования инновационного процесса на предприятии.

Ключевые слова: повышение, инновационная деятельность, эффективность, промышленность, менеджмент, предприятие.

The article reveals the role of innovation development of enterprises for their effective functioning. The concept of innovative potential of the enterprise is revealed. Structuralization of enterprise potential is considered. It is specified how certain factors can influence the level of effectiveness of the organization's innovation activities. The conclusions about the main ways of improving the innovation process at the enterprise are made.

Key words: raising, innovation activity, efficiency, industry, management, enterprise.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Для України сьогодні актуальними є створення умов для розвитку економічно ефективних промислових виробництв і підвищення конкурентоспроможності продукції. Під впливом сучасної конкуренції інновації стають найважливішим елементом менеджменту підприємства, яке орієнтовано на стратегічний успіх.

Інноваційна спрямованість стратегії тактики розвитку виробництва висуває нові вимоги до змісту управлінської діяльності, що викликає необхідність удосконалення специфічних форм інноваційного менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Проблема підвищення ефективності інновацій на підприємстві присвячено цілу низку наукових робіт вітчизняних і зарубіжних учених: В.П. Баранчева, Л.С. Барютіна, Л.С. Бляхмана, Л. Водачка, Е.А. Гейгера, Л.М. Гохберга, В.Н. Гуніна, Н. Гапоненко, П.Н. Завліна, В.В. Івченко, А.Г. Краснова, Н.Ю. Круглої, А.І. Пригожина, К.Ф. Пузині, Б. Санто, Б. Твісса, Р.А. Фатхутдінова, Ю.В. Яковця та ін. Проте не встановлено єдиного методичного підходу до дослідження ефективності інноваційної діяльності та єдиних методів формування, накопичення та викорис-

тання інноваційного потенціалу з погляду управління цими процесами.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – аналіз основних напрямів стратегічного управління формуванням і розвитком інноваційного потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Нині у зовнішньому середовищі підприємства відбуваються швидкі зміни, що проявляються в посиленні конкуренції, диференціації потреб і підвищенні вимог споживачів до товарів і послуг.

У цих умовах упровадження комплексного організаційно економічного забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства пов'язане, насамперед, зі зміною організаційної структури управління підприємством, що має призвести до отримання економічних вигід не лише в короткостроковому періоді, а й у перспективі, оскільки переорієнтовує підприємство на довгострокові цілі інноваційного розвитку. Сьогодні стає очевидним, що для своєчасної й ефективної реакції підприємства у відповідь на виклики зовнішнього середовища необхідні специфічні методи та механізми ухвалення і реалізації стратегічних рішень. До них можна віднести комплексне організаційно-економічне забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства, яке включає моделі організаційного забезпечення управління інноваційним розвитком підприємства і моделі економічного забезпечення управління інноваційним потенціалом підприємства [1].

«Інноваційний потенціал підприємства» є поняттям, яке нещодавно ввійшло до термінів економічної науки як економічна категорія, однак визначення його сутнісного розуміння характеризується з різних аспектів (табл. 1).

Проаналізувавши теоретичне підґрунтя змісту поняття «інноваційний потенціал підприємства», можна стверджувати, що більшість

авторів керується так званим ресурсним підходом, тобто визначає інноваційний потенціал підприємства як сукупність ресурсів або їх комбінацію. Деякі визначення ґрунтуються на структурному підході, виділяючи найчастіше такі основні елементи, як науково-дослідний, кадровий, інформаційний, матеріально-технічний, фінансовий складники. Інші науковці застосовують процесний підхід, який ураховує цільову характеристику інноваційного потенціалу.

Інноваційні перетворення вимагають від підприємства швидкої адаптації до зміни характеру впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Подібні зміни передбачають обов'язкове перетворення структурних складників підприємства. При цьому одними з найважливіших критеріїв ефективності інноваційного розвитку є адаптивність та гнучкість структури підприємства до зовнішнього та внутрішнього впливу.

Так, у загальному вигляді під інноваційним потенціалом найчастіше розуміють сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються в процесі здійснення інноваційної діяльності [3]. Він містить усі ресурси, що в змозі забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства з використанням інновацій:

- матеріальні (матеріально-технічні);
- технічна база та оборотні активи інноваційної діяльності;
- фінансові: різноманітні кошти, необхідні для виконання інноваційних процесів (власні, кредитні, бюджетні, інвестиційні);
- кадрові: працівники, які спроможні виробляти й ефективно реалізовувати нові ідеї;
- інформаційні: сукупність різних видів наукової інформації, комп'ютерні системи, система захисту інформації, науково-технічна література, науково-технічна документація тощо;

Таблиця 1

Варіанти трактування поняття «інноваційний потенціал підприємства» [2]

Автор(и), джерело	Визначення поняття «інноваційний потенціал підприємства»
В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов	Сукупність ресурсів, які безпосередньо беруть участь в інноваційному процесі, перебувають у взаємозв'язку, і чинників, що створюють необхідні умови для ефективного використання цих ресурсів для досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності і підвищення конкурентоспроможності підприємства у цілому.
І.В. Радзівіло	Складна динамічна система з одночасним урахуванням та поєднанням впливу чинників середовища, внутрішніх та зовнішніх можливостей і здатностей, ефективності їх використання, принципів своєчасності та стратегічної спрямованості підприємства.
В.В. Стадник, М.А. Йохна	Сукупність ресурсів та умов діяльності, що формують готовність і здатність організації до інноваційного розвитку.
М.П. Войнаренко, Р.В. Скалюк	Деяка критична маса ресурсів господарюючого суб'єкта (інтелектуальних, науково-дослідних, інформаційних і т. д.), необхідна та достатня для його оптимального розвитку на основі постійного пошуку і використання нових сфер і способів реалізації ринкових можливостей, які відкриваються перед ним, що пов'язано з модифікацією наявних і формуванням нових ринків збуту.
Л.І. Федулова	Міра готовності організації виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто міра готовності до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін.

– організаційні: наявна організаційна культура, концепція управління підприємством організаційна структура управління, форми організації та управління інноваційною діяльністю.

Інноваційний потенціал залежить від параметрів організаційних структур менеджменту, професійно-кваліфікаційного складу промислово-виробничого персоналу, зовнішніх умов господарської діяльності тощо, тому оцінювання інноваційного потенціалу є необхідним складником процесу розроблення стратегії. Інноваційний потенціал підприємства значною мірою визначається техніко-технологічними характеристиками виробничого устаткування, його здатністю до переналагодження, перепланування операцій тощо. Ще більше значення мають творча атмосфера співпраці, стиль управління та мотиваційні преференції працівників підприємства. Вплив елементів організаційного механізму на структуру та рівень інноваційного потенціалу проілюстровано в табл. 2.

Лише завдяки високому інноваційному потенціалу організація може оперативнореагувати на зміни зовнішнього середовища, вести інноваційний пошук і здійснювати організаційні зміни. Низький же потенціал не забезпечує такої можливості; новації за цих умов уводяться рідко і лише тоді, коли фірма починає відчувати труднощі зі збутом своєї продукції. Інноваційна полі-

тика підприємства має бути результатом глибокого дослідження ринку, постійного моніторингу дій конкурентів, повинна опиратися на сучасні науково-технічні досягнення у відповідній галузі та ефективно використання інтелектуального й творчого потенціалу працівників. Це даватиме змогу вищому менеджменту розробляти оптимальні інноваційні стратегії, які формуватимуть стратегічні переваги підприємства у довгостроковій перспективі [5].

Для поліпшення інноваційного потенціалу та виробничої діяльності на підприємстві необхідне використання таких чинників:

1) оптимальне використання знарядь праці: це дасть можливість більш повного завантаження виробничих потужностей, підвищення змінності роботи устаткування, зменшення часу його перебування у ремонті, максимального використання технічних параметрів устаткування;

2) скорочення часу виробництва, що являє собою невикористані можливості зменшення періоду підготовки виробництва та освоєння нових видів продукції, скорочення тривалості виробничого циклу виробів, що випускаються, а також зменшення розмірів виробничих запасів та заділів;

3) поліпшення використання трудових ресурсів, які визначають можливості зростання продуктивності праці за рахунок більш повного

Таблиця 2

Структура та рівень інноваційного потенціалу організації [4]

Елементи організаційного механізму	Інноваційний потенціал	
	Низький	Високий
Організаційна структура	Лінійна, лінійно-функціональна	Лінійно-функціональна з елементами програмно-цільових організаційних утворень, матричні структури
Технологія	Спеціальне виробниче обладнання, жорстко пов'язане в єдиний потік для масового випуску продукції	Гнучкі автоматизовані і виробничі моделі, пов'язані безрейковою гнучкою транспортною системою
Виробничі та офісні приміщення	Спеціально спроектовані під певний виробничий процес, повне використання простору приміщення	Універсального типу, наявність резервних площ та можливість змінити компоновку цехів і відділів
Організація процесів	Індивідуальна, поопераційна	Бригадна з високим рівнем поєднання операцій і професій
Оплата праці	Індивідуальна, відрядна	Погодинно-преміальна, бригадна з використанням КТУ
Мобільність персоналу	Мінімальна, здебільшого за ієрархічною градацією	Можливість горизонтальних і вертикальних переміщень згідно з вирішуваними завданнями
Стиль управління	Авторитарний, мінімум делегування повноважень, жорсткий контроль над використанням	Делегування повноважень, що забезпечує високий ступінь залучення персоналу до розроблення рішень; робота в команді
Система інформування персоналу	Оперативна інформація про виконання планових завдань певним підрозділом	Докладне інформування про діяльність організації у цілому, її життя, проблеми та завдання
Орієнтири роботи	Спрямованість на вирішення поточних завдань у рамках свого робочого місця	Спрямованість на пошук як оперативних, так і довгострокових рішень, у тому числі й поза межами свого робочого місця

завантаження робітників з урахуванням їхньої кваліфікації та передового досвіду, а також скорочення втрат на непродуктивних затрат робочого часу [6];

4) поліпшення якості продукції, що характеризує можливості подальшого покращення техніко-економічних параметрів виробів, що випускаються, збільшення питомої ваги високоякісної продукції у загальному обсязі виробництва, скорочення браку.

Важливими у забезпеченні якості інноваційної продукції є підтримання зворотного зв'язку з ринком і авторський нагляд за продукцією. Система зворотного зв'язку має забезпечити контроль над показниками якості інноваційного виробу протягом усього терміну його експлуатації [7].

Тому особливу увагу на підприємстві треба приділити забезпеченню якості в період експлуатації (оскільки саме у цих умовах реалізуються проектні характеристики виробу), а також під час післяпродажного обслуговування інноваційної продукції, що постачається на ринок.

Комерційний економічний ефект обчислюється на окремих стадіях «життєвого циклу» нововведення (стадії розроблення, виробництва, експлуатації) і дає можливість оцінити ефективність технічних новин з урахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств-виробників і підприємств-споживачів.

Перша форма економічного ефекту використовується на стадії обґрунтування доцільності розробки та вибору найкращого варіанту проектного рішення; друга форма – у процесі реалізації заходів, коли є відомими ціни на нову науково-технічну продукцію, обсяги її виробництва, умови і строки застосування [8]. Підвищення ефективності сучасного виробництва та забезпечення конкурентоспроможності продукції ґрунтується переважно на нових рішеннях у сфері техніки та технології, а також на застосуванні нових організаційних форм та економічних

методів господарювання, які використовують на різних стадіях циклу «наука – виробництво» та реалізують відповідні ланки управління на рівні підприємств, об'єднань, наукових і проектних організацій. Прийняття та реалізація таких рішень й є змістом інноваційних процесів.

Основними напрямками підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві є:

- розширення кола конструкторів і дослідників;
- підвищення серед дослідників і конструкторів частки висококваліфікованих працівників;
- пропорційне й одночасне стимулювання розвитку фундаментальних і прикладних досліджень;
- скорочення за можливістю науково-виробничого циклу «інноваційна ідея – дослідний зразок – виробництво»;
- прискорення оновлення асортименту продукції на підприємстві;
- поліпшення умов лабораторних досліджень на підприємстві;
- інтенсифікація процесів оформлення патентів, заявок, ліцензій тощо [9].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному

напрямку. «Інноваційний потенціал підприємства» є комплексним поняттям, яке включає у себе кількісний та якісний склад ресурсів, що використовуються під час створення і реалізації інновацій. Складники інноваційного потенціалу характеризують ресурси та здатність підприємства до реалізації мети інноваційної діяльності. Аналіз інноваційного потенціалу за складниками дає можливість розробити процедури оцінки його достатності для розроблення, виробництва і просування на ринок конкретних інновацій. Результати таких оцінок мають стати основою для розроблення системи цілеспрямованого пошуку, аналізу, оцінки і відбору інновацій, сприятливих для підприємства у певних ринкових ситуаціях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лазнюк І. Гроша проблем, або Як зарадити виноградній галузі. Пропозиція. 2010. № 7.
2. Сидорчук І.П.. Економіка та управління підприємствами. 2014. С. 97–101.
3. Гриньов А.В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства. Проблеми науки. 2003. № 12. С. 12–17.
4. Румик І.І. Інновації в бізнесі XXI століття. URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vzuk/2008_18/tom_3/101_109.
5. Трут О.О. Операційний менеджмент: підручник. К.: Академвидав, 2013.
6. Маєвська Н.В. Економічний аналіз у системі стандартизації виробництва продукції підприємства. Економічний аналіз. 2013. URL: <http://econa.org.ua/index.php/econa/article/download/233/130>.
7. Перспективи інноваційного розвитку України. URL: <http://old.niss.gov.ua/table/Zhalilo21/003.htm>.
8. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
9. Іванілов О.С. Економіка підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.

МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ЛАНЦЮГА

MARKETING-LOGISTIC INFORMATION SYSTEMS OF MANUFACTURING-TRADING LABEL

Трішкіна Н.І.

кандидат економічних наук, доцент, директор,
Хмельницький торговельно-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету

Викладено авторське бачення формування маркетинг-логістичних інформаційних систем виробничо-торговельного ланцюга. Досліджено наявні методи накопичення маркетинг-логістичних інформаційних систем, охарактеризовано типи та принципи інформаційних систем. Запропоновано заходи щодо реалізації маркетинг-логістичних функцій для ефективного вирішення досліджуваного питання.

Ключові слова: виробництво, логістика, маркетинг, підприємство, попит, споживач, торгівля.

Изложено авторское видение формирования маркетинг-логистических информационных систем производственно-торговой цепи. Исследованы существующие методы накопления маркетинг-логистических информационных систем, охарактеризованы типы и принципы информационных систем. Предложены меры по реализации маркетинг-логистических функций с целью эффективного решения исследуемого вопроса.

Ключевые слова: производство, логистика, маркетинг, предприятие, спрос, потребитель, торговля.

The author's vision for the formation of marketing-logistic information systems of production and trading chain is presented. The existing methods of accumulation of marketing-logistic information systems, the types and principles of information systems are described. Proposed measures for the implementation of marketing-logistic functions in order to effectively address the issue being investigated.

Key words: production, logistics, marketing, enterprise, demand, consumer, trade.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Значне розширення масштабів господарської діяльності на сучасному етапі, а також зростаюча потреба в посиленні всіх видів взаємозв'язків у процесах управління матеріальними та грошовими потоками зумовили основні вимоги до нових форм і методів, пов'язаних із підвищенням ефективності управління виробництвом.

В основі процесу управління лежить обробка інформації, що циркулює в маркетинг-логістичних системах. Необхідною умовою узгодженої роботи всіх ланок є наявність інформаційних систем. Однією з найважливіших умов успішного функціонування виробничо-торговельного ланцюга у цілому є наявність такої системи інформації, яка дала б змогу пов'язати воєдино всю діяльність (постачання, виробництво, транспорт, складське господарство, розподіл і т. д.) і керувати нею виходячи з принципів єдиного цілого.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дослідженню маркетинг-логістичних діяльності підприємств різних галузей економіки присвячено праці таких

учених як Г. Армстронг, М.Ю. Григорак, Ю.А. Дайковський, М. Кристофер, Ф. Котлер, Е.Т. Кофлан, О.П. Луцій, А.Ю. Павленко, О.О. Стельмах, Л.В. Штерн, Р. Якобсон та ін. Проте, незважаючи на значну кількість наукових публікацій із зазначеної теми, недостатньо уваги приділяється маркетинг-логістичній інформаційній системі виробничо-торговельного ланцюга.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – дослідити наявні маркетинг-логістичні інформаційні системи виробничо-торговельного ланцюга, визначити сутність, типи та принципи інформаційних систем, запропонувати заходи щодо реалізації маркетинг-логістичних функцій для ефективного вирішення досліджуваного питання. Розширення дійових інструментів маркетингу дає змогу підприємству вирішувати довгострокові завдання, проникнути на нові сегменти та ринки з товарами, вже відомими ринку, та з новими, виокремити себе серед конкурентів завдяки сервісному обслуговуванню й встановити довготривалі зв'язки зі споживачами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На сучасному етапі розвитку

суспільного виробництва стало очевидно, що інформація – це самостійний виробничий чинник, потенційні можливості якого відкривають широкі перспективи для зміцнення конкурентоспроможності підприємства. Потоки інформації є тими з'єднувальними нитками, на які нанизуються всі елементи логістичної системи.

Маркетингова інформаційна система – це сукупність персоналу, інформації і методів (процедур), призначених для її регулярного збору, опрацювання, аналізу і підготовки до прийняття маркетингових рішень [1, с. 46].

Інформаційна логістика організовує потік даних, займається створенням та управлінням інформаційними системами, які технічно і програмно забезпечують передачу та обробку логістичної інформації. Предметом вивчення інформаційної логістики є особливості побудови і функціонування інформаційних систем, що забезпечують функціонування логістичного забезпечення. Метою інформаційної логістики є побудова та експлуатація інформаційних систем, що забезпечують наявність потрібної інформації у потрібному місці, у потрібний час, необхідного змісту (для особи, що приймає рішення) з мінімальними витратами.

За допомогою інформаційної логістики та вдосконалення на її базі методів планування та управління на підприємствах провідних промислових країн нині відбувається процес, суттю якого є заміна фізичних запасів надійною інформацією.

Інформація є основним маркетинг-логістичним та виробничим чинником. У сучасній економічній літературі виділяють такі основні типи інформації:

1. Внутрішню, тобто потік інформації всередині об'єкта між підрозділами та рівнями організаційної структури.

2. Зовнішню – потік інформації між даним підприємством та іншими об'єктами, що знаходяться поза його межами. Потоки зовнішньої інформації включають у себе:

- покупців продукції підприємства;
- дані про конкуренцію торгівлі;
- інформація про технологічні нововведення;
- інформація про зміни в замовленнях;
- інформація про зміну ринку праці і продукції.

Інформаційна система – це певним чином організована сукупність взаємопов'язаних засобів обчислювальної техніки і програмного забезпечення, що дає змогу вирішувати ті чи інші функціональні завдання.

Науковці часто інформаційні системи поділяють на дві підсистеми: функціональну і таку, що забезпечує. Функціональна підсистема складається із сукупності розв'язуваних завдань, згрупованих за ознакою спільності мети. Забезпечувальна підсистема включає: технічне забезпечення, тобто сукупність технічних засобів, що забезпечують обробку і передачу інформаційних потоків; інформаційне забезпечення, що включає різні довідники, класифікатори,

кодифікатори, засоби формалізованого опису даних; математичне забезпечення, тобто сукупність методів рішення функціональних завдань.

На мікрорівні розрізняють такі види інформаційних систем:

1. Планові інформаційні системи – створюються на адміністративному рівні управління для прийняття довгострокових рішень: створення та оптимізація ланок логістичного ланцюга; планування виробництва; загальне управління запасами, управління резервами та ін.

2. Диспозитивні, або диспетчерські інформаційні системи – створюються на рівні управління складом або цехом для забезпечення налагодженої роботи логістичного ланцюга, для прийняття рішень на середньострокову і довгострокову перспективу; відбір вантажів за замовленням та їх комплектування, облік вантажів; детальне управління запасами.

3. Виконавчі інформаційні системи – створюються на рівні адміністративного або оперативного управління для виконання повсякденних справ у режимі реального часу; оперативне управління обслуговуванням виробництва, управління переміщеннями і т. п.

У планових інформаційних системах зосереджуються завдання, що поєднані маркетинг-логістичним забезпеченням. При цьому здійснюється наскрізне планування в ланцюзі «збут – виробництво – постачання», що дає змогу створити ефективну систему організації виробництва, побудовану на вимогах ринку, з видачею необхідних вимог у систему матеріально-технічного забезпечення підприємства. Цим планові системи як би «вплутують» маркетинг-логістичну систему в зовнішнє середовище, у сукупний матеріальний потік.

Диспозитивні і виконавчі системи деталізують намічені плани і забезпечують їхнє виконання на окремих виробничих ділянках, у складах, а також на конкретних робочих місцях.

Відповідно до концепції маркетинг-логістики, інформаційні системи пов'язані з різними групами та інтегруються в єдину інформаційну систему. Розрізняють вертикальну та горизонтальну інтеграцію. Вертикальною інтеграцією вважається зв'язок між плановою, диспозитивною і виконавчою системами за допомогою вертикальних інформаційних потоків.

Горизонтальною інтеграцією вважається зв'язок між окремими комплексами завдань у диспозитивних і виконавчих системах за допомогою горизонтальних інформаційних потоків.

Маркетинг-логістична інформаційна система виконує низку специфічних функцій: планування, координування, обслуговування, управління.

В основі функціональної піраміди маркетинг-логістичної інформаційної системи лежить система операцій між ланками маркетингової та логістичної систем, що визначає взаємини між функціональними підрозділами підприємства, логістичними посередниками і

споживачами продукції підприємства. На рівні аналізу логістичні регіональні або адміністративні менеджери підприємства переважно використовують інформацію в тактичних цілях для маркетингу, прогнозування фінансових та операційних виробничих показників. Нарешті, на верхньому стратегічному рівні логістика визначає стратегію менеджменту і пов'язана зі стратегічним корпоративним плануванням і місією підприємства.

Характеристики системних рівнів функціональної структури маркетинг-логістичної інформаційної системи пов'язані з досягненням визначених стратегічних і тактичних цілей підприємства і конкурентних переваг.

Організаційна структура маркетинг-логістичної інформаційної системи може бути сформована з чотирьох підсистем:

- управління процедурами замовлень;
- наукових досліджень та зв'язку;
- підтримки логістичних рішень;
- генерування вихідних форм і звітів.

Ці взаємопов'язані підсистеми здійснюють інформаційно-комп'ютерну підтримку всіх функцій логістичного менеджменту і зв'язок із мікро- і макромаркетинговим зовнішнім середовищем.

В організаційній структурі маркетинг-логістичної інформаційної системи як одна з основних підсистем виділена підсистема управління процедурами замовлень, що зумовлено безпосереднім контактом цієї підсистеми зі споживачами в процесах обробки і виконання замовлень. Велике значення тут має використання концепції «електронного обміну даними» та заснованих на ній стандартів.

Підсистема наукових досліджень та зв'язку відображає вплив зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства на процес логістичного менеджменту та здійснює взаємодію між ланками маркетинг-логістичної системи і функціями управління за рахунок:

- інтеграції маркетинг-логістичного планування з корпоративним плануванням;
- взаємодії логістичного менеджменту з іншими корпоративними функціями;
- стратегічних установок для організаційної структури маркетинг-логістичної системи та персоналу;
- інтеграції інформаційних технологій;
- підготовки або купівлі технологічних рішень та використання посередників;
- адаптації до умов підприємства форм маркетинг-логістичних ланцюгів, каналів і мереж, а також функцій управління;
- акцентування на продуктивності та якості послуг у маркетинг-логістичному забезпеченні.

Розглянута підсистема відіграє важливу роль у відображенні змін і вимог як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства. Логістичний менеджер може використовувати цю підсистему для сканування мікро- і макросередовища підприємства чотирма способами:

1) непрямым розглядом на основі загального аналізу одержуваної інформації, коли немає певної заданої мети;

2) прямим розглядом, коли інформація про зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства активно аналізується за заздалегідь сформульованою метою;

3) неформальним дослідженням щодо обмежених і неструктурованих даних;

4) формальним дослідженням із використанням заздалегідь складеного плану, процедур і методів обробки та аналізу отриманої інформації.

Для оптимізації результатів оцінювання впливу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства на поведінку маркетинг-логістичної системи логістичний менеджер повинен використовувати ключові інформаційні джерела підсистеми в процесі моніторингу. У цьому разі необхідно враховувати два аспекти. По-перше, використання інформації персоналом підприємства для оцінки ефективності своїх маркетинг-логістичних рішень. Наприклад, бухгалтерська інформація або відомості про ціни на готову продукцію конкурентів можуть дати вичерпну відповідь про ефективність менеджменту; інформація про розміри вантажних відправлень може бути використана транспортними підрозділами фірми і т. д. По-друге, логістичні партнери підприємства, такі як постачальники матеріальних ресурсів, торгові посередники, перевізники і споживачі готової продукції, також можуть використовувати інформацію підсистеми для поліпшення координації та зниження власних витрат. Важливе місце в розглянутій підсистемі належить прогнозуванню, зокрема таким його аспектам, як збір вихідної інформації, оцінка точності, достовірності, використання найбільш ефективних методів прогнозування.

Наступним компонентом маркетинг-логістичної інформаційної системи є підсистема підтримки маркетинг-логістичних рішень, яка являє собою інтерактивну комп'ютерну інформаційну систему, що включає бази даних та аналітичні моделі, що реалізують, як правило, оптимізаційні задачі, які виникають у процесі логістичного менеджменту. Підсистема формує, оновлює і підтримує різні структуровані, централизовані та розподілені бази даних для чотирьох основних типів файлів:

- базисних файлів, що містять зовнішню і внутрішню інформацію, необхідну для прийняття логістичних рішень;
- критичних чинників, що визначають головні дії, цілі та обмеження під час прийняття рішень;
- політики/параметрів, що містять основні маркетинг-логістичні операційні процедури для ключових областей;

– файлів рішень, що зберігають інформацію про попередні (періодичні) рішення для різних маркетинг-логістичних функцій.

У даній підсистемі використовується велика кількість економіко-математичних моделей і

методів (зокрема, прогнозування для підтримки рішень, прийнятих логістичним менеджментом). Усі ці моделі та методи можна розділити на класи: оптимізаційні, евристичні та імітаційні. Оптимізаційні моделі прийняття рішень засновані на методах операційного числення: програмування (лінійного, нелінійного, динамічного, стохастичного, цілочисельного), математичної статистики (кореляційно-регресійний аналіз, теорія випадкових процесів, теорія ідентифікації, теорія статистичних моделей прийняття рішень і т. п.), варіаційного обчислення, оптимального управління, теорії масового обслуговування, графів, розкладів і т. д. Зокрема, для різних маркетинг-логістичних функцій запропоноуємо такі завдання:

- оптимальна диспетчеризація у виробництві, транспортуванні, вантажопереробки;
- оптимальне розміщення об'єктів у виробництві, розподілі, складуванні;
- побудова оптимальних логістичних ланцюгів, каналів, мереж;
- побудова оптимальної організаційної структури маркетинг-логістичної системи;
- оптимальна маршрутизація;
- визначення оптимальної тривалості складових логістичних циклів;
- оптимізація процедур збору, обробки та виконання замовлень;
- оптимізація параметрів систем управління запасами;
- оптимальний вибір перевізника, експедитора, постачальника і т. д.

У розглянутій підсистемі широко застосовуються інтерактивні (діалогові) процедури інформаційної підтримки прийняття рішень логістичним менеджментом.

Система інформаційного забезпечення в маркетинг-логістичному забезпеченні для виконання перерахованих вище функцій повинна бути відповідним чином організована. Специфіка даної системи полягає у тому, що в процесі своєї діяльності вона повинна мати можливість впливати на всі функціональні підсистеми маркетинг-логістичної організації. Виходячи із цього, пропонуємо три способи її організації: централізований, децентралізований і спеціалізований.

За централізованого способу організації діяльність з інформаційного забезпечення зосереджена в одному управлінні (підрозділі) і підпорядковується безпосередньо вищому керівництву підприємства через віце-президента (заступника директора) з інформаційних систем (технологій). Перевагою такого способу організації є забезпечення високої ефективності робіт з упровадження нових інформаційних систем і технологій. До недоліків можна віднести високі витрати на утримання апарату управління.

За децентралізованого способу організації підсистеми інформаційного забезпечення фахівці різних функціональних підрозділів виконують функції управління інформаційними

потоками у своїй предметній галузі. Перевагою такого способу організації є високий рівень знань предметної галузі менеджера з інформаційних систем, недоліком – дублювання однотипних завдань і функцій у різних підрозділах підприємства.

За спеціалізованого способу в організації відсутні підрозділи з інформаційних систем (технологій). За необхідності розроблення та впровадження нової інформаційної системи дані організації звертаються до спеціалізованих фірм і виконують роботи на договірній основі (аутсорсинг).

Це характерно для малих підприємств, які не можуть мати своїх фахівців у галузі інформаційних технологій, зайнятих повний робочий день, і вдаються до послуг консультантів. Перевагою цього способу організації системи інформаційного забезпечення є високий рівень наукових і методичних розробок, недоліком – складність обліку специфічних особливостей об'єкта.

Вибір того чи іншого способу організації системи інформаційного забезпечення залежить від багатьох чинників, насамперед від розмірів підприємства, наявності у нього бізнес-процесів, вільних грошових коштів. Зазначимо: система інформаційного забезпечення нині досягла такого рівня спеціалізації, що вимагає уваги до своєї організації, і це розуміють сучасні керівники. Будь-яка мала організація має у своєму складі інформаційні служби. Інформаційна система, необхідна для адекватного виконання функцій маркетинг-логістичного забезпечення, повинна відповідати таким вимогам:

- інформаційні потоки повинні бути сумісними в інформаційному відношенні;
- внутрішні взаємозв'язки і взаємозалежності інформаційних потоків мають носити причинно-наслідковий характер;
- ієрархічна підпорядкованість інформаційних потоків повинна бути чіткою;
- інформаційній системі повинна бути властива інтегративність.

В основу побудови маркетинг-логістичної інформаційної системи повинні бути закладені принципи: повноти і придатності інформації для користувача, точності, своєчасності, орієнтованості, гнучкості, відповідного формату даних.

Логістичний менеджер повинен мати у своєму розпорядженні необхідну та повну (достатню) інформацію для прийняття рішень, причому в необхідному йому вигляді. Наприклад, інформація про запаси або замовлення споживачів часто потребує попередньої обробки і зазвичай розміщується не там, де логістичний менеджер приймає рішення.

Точність вихідної інформації має принципове значення для прийняття правильних рішень. Наприклад, інформація про рівень запасів у розподільчій мережі в сучасних логістичних системах допускає не більше 1% помилок або невідзначеності для прийняття ефективних рішень у

фізичному розподілі, створенні запасів і задоволенні запитів споживачів. Велике значення мають точність і достовірність вихідних даних для прогнозування попиту, планування потреб в матеріальних ресурсах і т. п.

Логістична інформація повинна надходити в систему менеджменту вчасно, як цього вимагають логістичні технології, особливо засновані на концепції «точно в термін». Своєчасність інформації важлива практично для всіх комплексних логістичних функцій. Окрім того, багато завдань у транспортуванні, операційному менеджменті, управлінні замовленнями і запасами вирішуються в режимі реального часу. Цього ж вимагають і багаточисельні завдання маркетинг-логістичного моніторингу. Вимоги своєчасності надходження та обробки інформації реалізуються сучасними логістичними технологіями сканування, супутникової навігації, штрихового кодування, впровадження стандартів EDI/EDIFACT.

Інформація в маркетинг-логістичній інформаційній системі повинна бути спрямована на виявлення додаткових можливостей поліпшення якості продукції, сервісу, зниження маркетинг-логістичних витрат. Способи отримання, передачі, відображення і попередньої обробки інформації повинні сприяти виявленню «вузьких місць», резервів економії ресурсів і т. п.

Інформація, що циркулює в маркетинг-логістичній інформаційній системі, повинна бути пристосована для конкретних користувачів, мати найбільш зручний для них вигляд. Це стосується як персоналу підприємства, так і маркетинг-логістичних посередників і кінцевих споживачів. Паперовий і електронний документообіг, проміжні та вихідні форми, звіти, довідки та інші

документи повинні бути максимально пристосовані до вимог усіх учасників маркетинг-логістичного процесу й адаптовані до можливого діалогового режиму для багатьох користувачів.

Формат даних і повідомлень, застосовуваний у комп'ютерних і телекомунікаційних мережах маркетинг-логістичної інформаційної системи, повинен максимально ефективно використовувати продуктивність технічних засобів (обсяг пам'яті, швидкодію, пропускну здатність і т. д.). Види і форми документів, розташування реквізитів на паперових документах, розмірність даних та інші параметри повинні полегшувати машинну обробку інформації. Крім того, необхідна інформаційна сумісність комп'ютерних і телекомунікаційних систем маркетинг-логістичних посередників та інших користувачів за форматами даних у маркетинг-логістичній інформаційній системі.

Формування маркетинг-логістичної інформаційної системи виробничо-торговельного ланцюга – це управлінський процес, за допомогою якого відбувається накопичення інформації для забезпечення ефективної діяльності маркетинг-логістичної діяльності як усередині підприємства (внутрішнє середовище), так і поза його межами (зовнішнє середовище).

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Проведені дослідження виявили, що маркетинг-логістичні інформаційні системи спрямовані на підвищення ефективності руху матеріальних і грошових потоків. Побудова інформаційних баз сприятиме забезпеченню всебічної інтеграції всіх частин системи управління, оперативній і надійній їх взаємодії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.
2. Остапенко Т.М. Класифікація інструментів (методів) контролінгу витрат. Економіка: реалії часу. Інновації. Інвестиції. Конкурентоспроможність. 2013. № 5(10). С. 125–130.
3. Вовк І.П. Особливості впровадження заходів ресурсозбереження та методика визначення їх ефективності на машинобудівних підприємствах в контексті ресурсономіки. Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». 2012. № 4. С. 107–117.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE UKRAINIAN COMPANIES MARKETING PRACTICE

Фещур І.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка

У статті проаналізовано рівень застосування та розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах. Досліджено особливості застосування терміну «КСВ»; причини критики концепції, практичний досвід упровадження КСВ-стратегій українським бізнесом. Запропоновано шляхи впровадження системи соціальної відповідальності для українських підприємств.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціально-етичний маркетинг, суспільна відповідальність, стратегія розвитку.

В статье проанализирован уровень применения и развития концепции корпоративной социальной ответственности на украинских предприятиях. Исследованы особенности применения понятия «КСО»; причины критики концепции, практический опыт внедрения КСО-стратегий украинским бизнесом. Предложены пути внедрения системы социальной ответственности для украинских предприятий.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социально-этический маркетинг, общественная ответственность, стратегия развития.

The level of application and development of the corporate social responsibility concept at Ukrainian enterprises is analyzed. The features of the CSR term application are studied; reasons for criticism the concept, practical experience of implementing CSR strategies by Ukrainian business are investigated. The ways of introduction of the social responsibility system for Ukrainian enterprises are offered.

Key words: corporate social responsibility, social and ethical marketing, public responsibility, development strategy.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Термін «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ) почали активно використовувати на початку 1970-х років. Інший дотичний термін «стейкхолдери» (зацікавлені сторони), тобто особи, на які впливає діяльність організації, використовувався для опису корпоративних власників, окрім акціонерів, приблизно з кінця 1980-х років. Виникнення поняття «КСВ» пов'язане з розвитком ділової етики – підвидом прикладної етики, що розглядає етичні та моральні принципи і проблеми, які виникають у діловому середовищі.

Незважаючи на те що сьогодні термін корпоративної соціальної відповідальності широко застосовується українськими підприємствами та організаціями, часто розуміння концепції КСВ є хибним, а діяльність у сфері соціальної відповідальності зводиться до благодійності та нерозуміння керівниками компаній користі від упровадження КСВ-концепції.

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

леми і на які спирається автор. Дослідженню особливостей застосування концепції корпоративної соціальної відповідальності, механізмів її впровадження та розробленню практичних рекомендацій присвячено багато наукових робіт українських та зарубіжних учених. Це питання часто висвітлюється у працях відомих економістів, соціологів, маркетологів, представників великого бізнесу. Особливої уваги заслуговують роботи Г. Боуена, А. Керрола, Ф. Котлера, Г. Хорунжого, А. Колота, О. Головної, О. Гріш-нової, В. Шаповала та ін.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Основною метою статті є аналіз особливостей використання терміна «соціальна відповідальність», сутності впровадження концепції, сучасного стану та перспектив застосування інструментів КСВ українськими підприємствами для підвищення ефективності роботи та поліпшення фінансових показників.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Отже, що ж таке корпоративна соціальна відповідальність? Корпоративна соці-

альна відповідальність у найбільш загальному тлумаченні – це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементації у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому [1].

Тобто концепція КСВ – це концепція, відповідно до якої підприємства враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на всі зацікавлені сторони суспільства: постачальників, посередників, працівників, акціонерів, усі контактні аудиторії та суспільство у цілому. Це певне зобов'язання не лише дотримуватися законодавства, воно передбачає, що організації добровільно здійснюють додаткові заходи для підвищення якості життя працівників та їхніх сімей, а також підвищення якості життя місцевої громади та суспільства загалом.

Що ж до самого терміна «КСВ», то часто його пропонують замінити на «соціальна відповідальність» або «суспільна відповідальність», оскільки слово «корпоративна» дещо звучує предмет дослідження. Сьогодні думки українських дослідників щодо змісту цього поняття характеризуються значним розмаїттям та подекуди навіть діаметральністю. Низка науковців визначальною вважає соціальну відповідальність, розглядаючи моральну, політичну, юридичну тощо відповідальності як різновиди соціальної. Причому в таких переліках суспільна відповідальність як окремий різновид може взагалі бути відсутньою. Характерною ознакою при цьому є належність науковців до конкретних наукових дисциплін. Поняття суспільної відповідальності можна розглядати як багаторівневу складну систему. З одного боку, саме суспільна відповідальність може трактуватися як один із неформалізованих, але від того не менш важливих інститутів сталого громадянського суспільства, який відіграє важливу роль у взаєминах влада/суспільство. З іншого боку, останніми роками в науковому, суспільному та політичному дискурсах актуалізувалася дискусія про безпосередню відповідальність суспільства у цілому і кожного громадянина зокрема за наявний стан справ у країні [2, с. 244].

В економічному контексті соціальну або суспільну відповідальність можна розглядати як синоніми, оскільки обидва терміни означають відповідальність бізнесу за свою діяльність. Однак якщо розглядати певний ланцюг «особистість – бізнес – держава – суспільство», де, наприклад, певний підприємець несе відповідальність передусім за себе, свою сім'ю,

на наступному рівні – за своїх працівників, партнерів, постачальників чи посередників, а ще вище – і за стан справ та процеси, які відбуваються у державі, то суспільна відповідальність, або ж відповідальність перед суспільством, є найвищим рівнем відповідальності даного ланцюга, але й разом з тим є складником поняття «соціальна відповідальність».

У концепції КСВ є як багато прихильників, так і низка критиків. Одним із них був Мілтон Фрідман, який уважав, що метою корпорації є максимізація доходів акціонерів, звідси відповідальність корпорації зводиться лише до відповідальності перед акціонерами, а не перед суспільством чи іншими зацікавленими сторонами. Ще однією причиною критики є сама природа економічної діяльності, а саме її мета – отримання прибутку. Тобто якщо ми маємо справу з комерційною компанією, її основним завданням є отримання прибутку, а не досягнення найвищого суспільного блага. Часто діяльність компанії, яка вирішує притримуватися концепції соціальної відповідальності, стає більш затратною, і не завжди зрозуміло, як соціально відповідальні дії компанії сприяють підвищенню прибутковості. Однак, власне, саме так і «працює» концепція соціальної відповідальності: через збільшення впізнаваності продукту чи компанії та зростання прихильності наявних і потенційних клієнтів, партнерів та інших зацікавлених сторін – до зростання прибутку.

В Україні корпоративну соціальну відповідальність часто асоціюють із меценатством, благодійністю або спонсорством. Однак це велика помилка. Розглянемо види відповідальності бізнесу. Виділяють чотири основних типи соціальної відповідальності бізнесу. Базова відповідальність, економічна, включає створення робочих місць і сплату податків для підтримки життєдіяльності держави. Юридична відповідальність передбачає дотримання бізнесом місцевих і міжнародних законів. Етична відповідальність вимагає дотримання співробітниками і компанією у цілому загальнолюдських норм поведінки у взаєминах один з одним, конкурентами, державою і суспільством. Найвищий тип соціальної відповідальності – добровільна. Це інвестування в проекти, що приносять значну користь суспільству, але не мають прямої віддачі. Це захист навколишнього середовища, інвестиції в здоров'я та грамотність населення, інфраструктуру, боротьбу з бідністю і т. д. [3].

Отже, благодійність та меценатство – це діяльність, яка не має на меті отримання прибутку, комерційних цілей. Спонсорство ж – це діяльність, основною ціллю якої є взаємовигідний обмін (часто в обмін на рекламу) та отримання додаткового доходу. Корпоративна соціальна відповідальність також не є проявом філантропії чи безкорисливою допомогою певній групі людей або суспільству загалом. І в цьому немає нічого аморального чи такого,

що шкодить репутації фірми. Навпаки, компанії, які дотримуються принципів соціальної відповідальності, прямуючи шляхом збільшення власних прибутків, створюють додаткові вигоди для всіх зацікавлених сторін та суспільства. Це дещо дотичне до теорії Адама Сміта про «людину економічну/раціональну»: концепції моральної природи людини, згідно з якою особистість є вільною у своєму виборі та егоїстичною, але, незважаючи на це, шляхом концентрації на власних інтересах сприяє досягненню загального блага.

Дані тенденції сприяють розвитку інститутів та спільнот соціальної відповідальності в Україні. Однією з таких організацій є Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», який був заснований у 2008 р. Метою діяльності центру є впровадження соціальної відповідальності задля системних і якісних змін в Україні. Центр об'єднує 40 компаній України (ЕУ, «Небесна криниця», «Василь Кісіль і Партнери», «Нова пошта», «ДТЕК», «Артеріум», «Оболонь», «1+1», «Watsons Україна», Nestle, SoftServe). Близько 20 компаній виступають партнерами Центру КСВ в освітніх проектах (Ericsson, Samsung, Melexis, Syngenta, «Київстар» та ін.). Центр працює на всій території України з більш ніж 100 компаніями, 200 університетами, 20 школами, 60 державними компаніями і 40 муніципалітетами.

Прикладами схожих організацій в Україні є Всеукраїнська громадська організація «Українська ліга зв'язків із громадськістю», Спільнота «Соціально відповідальний бізнес» тощо, які сприяють формуванню корпоративної культури, дослідженням бізнесу в Україні, висвітленню актуальних питань соціальної відповідальності бізнесу.

Варто розглянути детальніше, які саме компанії та організації в Україні позиціонують себе як соціально відповідальні та завдяки якій саме діяльності. Як приклад можна вибрати певну групу великих компаній, щоб проаналізувати, які інструменти КСВ вони використовують, як висвітлюють свою діяльність, яких результатів удалося досягнути, тощо.

Одним із яскравих прикладів для аналізу на сучасному українському ринку є група компаній – мобільних операторів. Наприклад, на своєму сайті компанія «Київстар» у розділі «Соціальна відповідальність» зазначає: «Упродовж 20 років соціальна відповідальність є невід'ємною частиною діяльності «Київстар», і за ці роки компанія підтримала велику кількість людей, які потребували допомоги. Соціальні ініціативи, які ми не залишаємо без уваги, – це дитяча безпека, розвиток освіти, безпека за кермом, підтримка здоров'я та здорового способу життя, благодійність, волонтерство. Лише за останні два роки (2016–2017 рр.) «Київстар» підтримав близько 75 благодійних та соціальних проектів на загальну суму близько 18 млн. грн., а більше 2 тис. наших співробітників стали волонтерами» [4] (рис. 1).

Інша компанія – оператор мобільного зв'язку «Водафон Україна» у сфері соціальної відповідальності веде такі проекти, як «Лінія життя» – програма з інформаційної підтримки донорства в Україні: будь-хто може отримати інформацію в контакт-центрі щодо того, де можна здати кров, як підготуватися до процедури, протипоказання до здачі крові, права донорів крові, пільги, які гарантуються донорам із боку держави, загальні питання щодо донорства крові тощо. У рамках проекту «Добра справа в подарунок» компанія

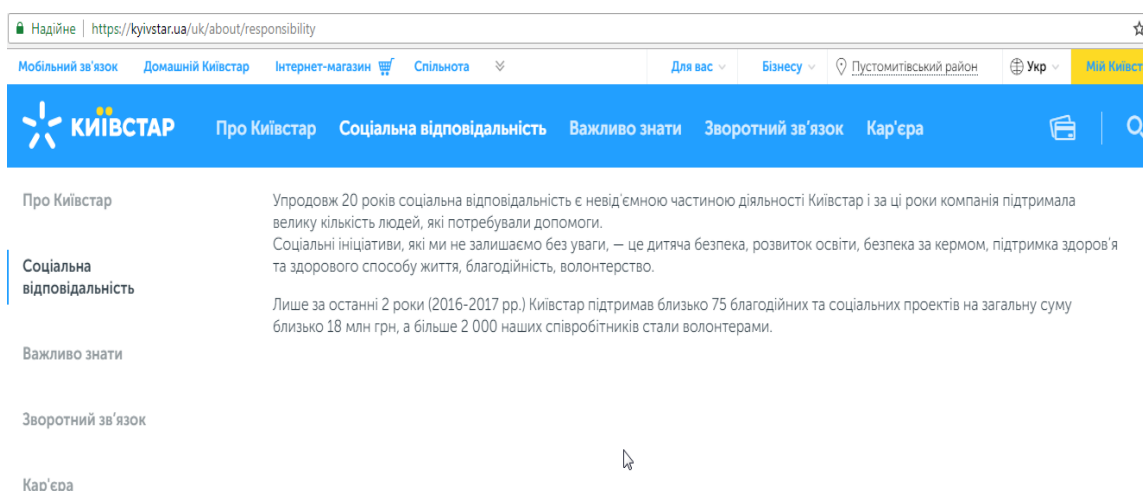


Рис. 1. Інформація щодо соціальної відповідальності на веб-порталі компанії «Київстар»

надає допомогу дітям, які потребують кардіологічного втручання (операції з усунення вроджених вад серця), операцій із відновлення зору чи функції опорно-рухового апарату з подальшим забезпеченням післяопераційної реабілітації. Ще один проект, про який компанія зазначає у розділі «Соціальна відповідальність», – Vodafone Smart Routes – візуалізація пішохідних туристичних маршрутів в містах України [5] (рис. 2).

Компанія lifecell щорічно публікує нефінансові звіти про свої результати у сфері корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку. В останньому звіті компанія зазначає про такі напрями діяльності у сфері соціальної відповідальності: відповідальна діяльність на ринку, соціальне партнерство, турбота про персонал, про клієнтів, розвиток громад, соціальні інвестиції та благодійність, турбота про довкілля, розвиток персоналу, інвестиції в освіту, енергоефективність та ін. [6] (рис. 3).

Одна з найбільших компаній України, яка надає телекомунікаційні послуги, ПАТ «Укртелеком» також позиціонує себе як така, що дотримується принципів соціальної відповідальності та дбає про сталий розвиток. У своїй роботі ПАТ турбується про здоров'я та безпеку працівників, розвиток місцевих громад, співпрацю зі стейк-

холдерами, дбає про якість продукції та послуг, енергоефективність та довкілля, підвищення якості освіти, займається корпоративною благодійністю та ін. [7] (рис. 4).

Отже, вже з такого короткого аналізу однієї групи українських компаній можна зробити висновок, що багато українських компаній сьогодні позицінують себе як соціально відповідальні та публікують свої напрями роботи у даній сфері та досягнення. Узагальнюючи розуміння концепції соціальної відповідальності українським бізнесом, можна виділити такі напрями: забезпечення якості та безпечності власного продукту, добросовісна конкуренція, турбота про персонал, соціальне партнерство, ефективна взаємодія із клієнтами та партнерами, турбота про довкілля та енергоефективність, меценатство та благодійність. Однак українським компаніям варто пам'ятати, що сплата податків чи забезпечення нормальних умов праці – це ще далеко не соціально відповідальне ведення бізнесу.

Якщо у сфері великого бізнесу сьогодні є позитивні тенденції щодо впровадження концепцій соціальної відповідальності, то малий і середній бізнес часто демонструє незацікавленість у такому розвитку. Це спричинено нерозумінням

<https://www.vodafone.ua/uk/social-responsibility/>

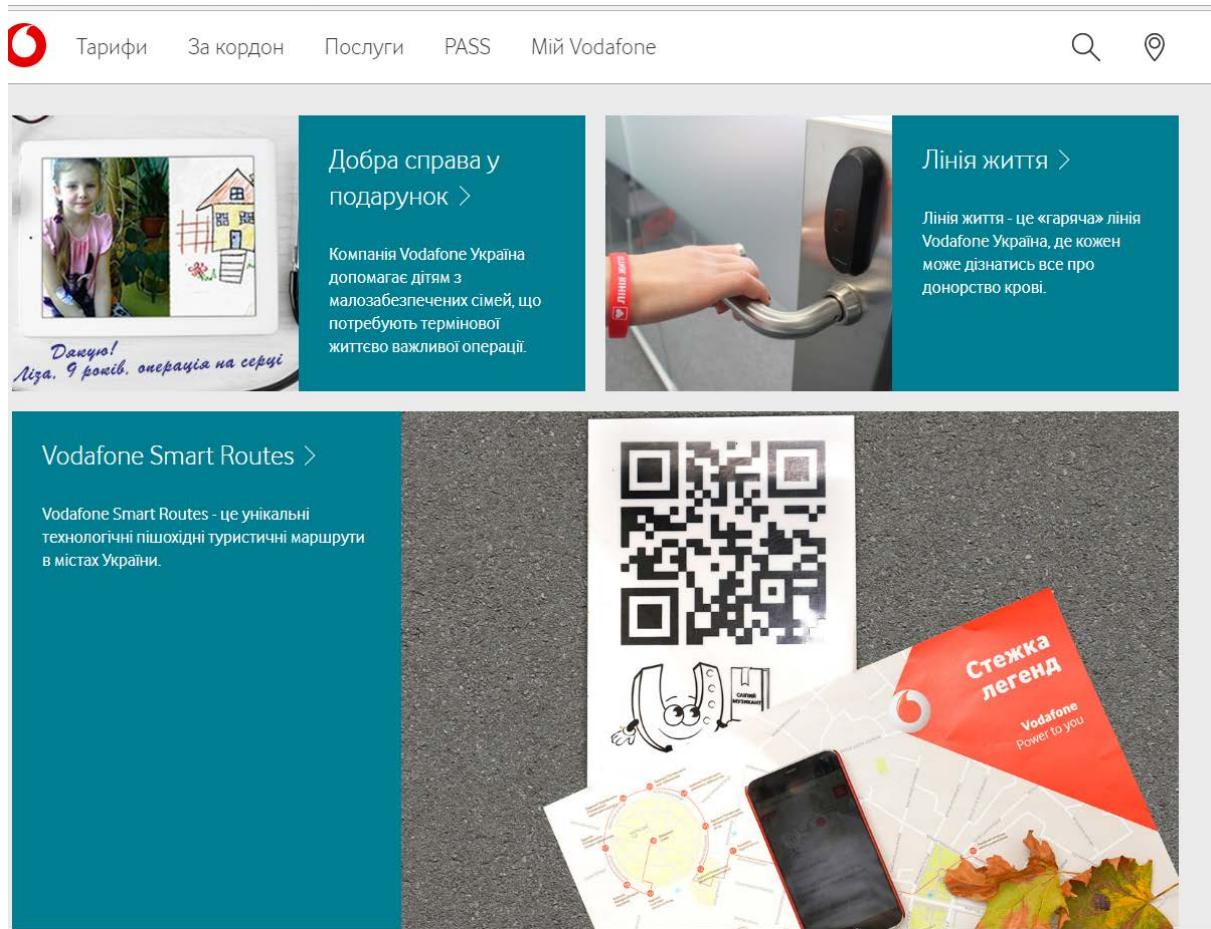


Рис. 2. Елементи концепції соціальної відповідальності компанії «Водафон Україна»



Рис. 3. Напрями роботи та досягнення у сфері соціальної відповідальності компанії Lifecell

www.ukrtelecom.ua/about/sustainability

Оберіть Ваш регіон

Корпоративний це...

ДЛЯ ПРИВАТНИХ ОСІБ

ДЛЯ БІЗНЕСУ

ДЛЯ ПАРТНЕРІВ

ПРО КОМПАНІЮ

ОПЛАТА ПОСЛУГ

ДОВІДКА

ПРЕС-ЦЕНТР

РЕСУРСИ

УКРТЕЛЕКОМ СЬОГОДНІ

ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

ПРАВОВА БАЗА ДІЯЛЬНОСТІ

УКРТЕЛЕКОМ І СВІТ

СТАЛИЙ РОЗВИТОК

ЯКІСТЬ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

ЗВІТНІСТЬ ЕМІТЕНТА

Корпоративний центр • Про компанію • Сталий розвиток

Мій Укртелеком

Сплатити рахунок

Роздрукувати рахунок

Де сплатити

Новини поштою

Твоя пошта

Підписатись

Сталий розвиток

ПОЛІТИКА ГРУПИ СКМ У СФЕРІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЗДОРОВ'Я ТА БЕЗПЕКА СПІВРОБІТНИКІВ Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав здоров'я та безпеку.	ДОБРОБУТ І РОЗВИТОК СПІВРОБІТНИКІВ Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.	РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ ГРОМАД Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.	НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ЕНЕРГО-ЕФЕКТИВНІСТЬ Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.
ВЗАЄМОДІЯ ІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.	КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.	ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.	БІЗНЕС-ЕТИКА Ми прагнемо, щоб кожен з нас мав високий рівень життя та добробут.

Група СКМ, частиною якої є ПАТ «Укртелеком», працює як **відповідальний бізнес**, в основі якого лежать єдині цінності: чесність і порядність, ефективність, професіоналізм і відповідальність.

Ми поділяємо цінності суспільства, розуміємо його проблеми і беремо участь у їх вирішенні. Ми прагнемо будувати наш бізнес так, щоб не тільки забезпечувати високі фінансові результати, а й приносити користь людям. Ми створюємо гідні умови праці для наших співробітників, інвестуємо в їхнє здоров'я і безпеку, розвиваємо їхній професійний потенціал, прагнемо створювати сучасні та екологічні підприємства, покращуємо якість життя в містах і селах, де працюють наші підприємства. Ми робимо істотний внесок у **соціальний та економічний розвиток України**.

Політика сталого розвитку ПАТ «Укртелеком» знаходиться у стадії розробки та буде оприлюднена по її завершенню

Рис. 4. Елементи соціальної відповідальності компанії «Укртелеком»

самої концепції, потребою додаткових фінансових витрат та певною короткозорістю керівництва, оскільки, з одного боку, впровадження концепції соціальної відповідальності на підприємстві – це довготривалий та часто недешевий процес, а з іншого – соціальна відповідальність досі асоціюється у багатьох із благодійністю, а не можливістю збільшити власні прибутки.

Що ж до світових лідерів, які дотримуються концепції соціальної відповідальності, то за версією Forbes у 2017 р. їх список очолила компанія Lego. До п'ятірки найкращих також увійшли Microsoft, Google, Walt Disney Company та BMW Group. Наступними йдуть Intel, Robert Bosch, Cisco Systems, Rolls-Royce Aerospace та Colgate-Palmolive. А такі компанії, як Apple, Samsung і Volkswagen, навпаки, втратили свої попередні позиції та опустилися у рейтингу. Причиною втрати позицій компанією Apple могли стати процеси, пов'язані із судовими позовами щодо розблокування мобільних телефонів та розслідуванням правоохоронними органами стрілянини, що спричинило так званий конфлікт через шифрування FBI-Apple. Репутація компанії Samsung постраждала через інциденти із загорянням мобільних телефонів моделі Galaxy S7 Note, а також скандал, пов'язаний зі звинуваченням заступника голови компанії у хабарництві. Як бачимо, різноманітні ситуації можуть спричинити значне зниження репутації компанії та лояльності клієнтів, а також призвести до втрати компанією права називатися соціально відповідальною. До під-

вищення рівня соціальної відповідальності, за версією споживачів, призводять: ведення чесного бізнесу, прозора діяльність, захист навколишнього середовища та участь компанії у гідних соціальних проектах.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Дослідивши наукову літературу, можна зробити висновок, що термін «соціальна відповідальність» краще характеризує стратегію ведення бізнесу, ніж термін «корпоративна соціальна відповідальність», або ж «суспільна відповідальність», і набуває все більшого поширення у практиці українських підприємств. Аналіз кількох великих компаній у галузі телекомунікаційних послуг, мобільного зв'язку дав можливість виявити основні напрями діяльності українських компаній у процесі впровадження концепції соціальної відповідальності. Однак у сфері малого та середнього бізнесу сьогодні ще не сформувалося єдине бачення можливостей та перспектив застосування інструментів соціально відповідальної діяльності. Соціальна відповідальність бізнесу – це не благодійність, не філантропія, не піар і не беззмисловне витрачання грошей компанії, а величезна можливість для компанії досягнути конкурентної переваги та підвищення власних прибутків шляхом завоювання лояльності споживачів, поліпшення іміджу компанії та залучення нових клієнтів. Не останню роль у процесі популяризації концепції соціальної відповідальності повинні відігравати органи державної та місцевої влади.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. Економічна теорія. 2013. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_4_2.
2. Мандебура О. Концепція суспільної відповідальності: економічний аспект. Наукові записки ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України. 2013. С. 242–251.
3. Крепак О. Працювати на суспільство: що таке корпоративна соціальна відповідальність бізнесу. URL: <http://forbes.net.ua/>.
4. Соціальна відповідальність компанії «Київстар». URL: <https://kyivstar.ua/>.
5. Соціальна відповідальність компанії «Vodafone Україна». URL: <https://www.vodafone.ua>.
6. Соціальна звітність компанії lifecell. URL: <https://www.lifecell.ua>.
7. Політика сталого розвитку ПАТ «Укртелеком». URL: <https://www.ukrtelecom.ua>.
8. Strauss K. The 10 Companies With The Best CSR Reputations In 2017. URL: <https://www.forbes.com>.

УДК 658.246.83:006.83

ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

ACCOUNTING AND CONTROL SUPERVISION OF THE ENTERPRISE'S FINANCIAL ACTIVITIES

Хлівна І.В.

доктор економічних наук,
професор кафедри «Економічна теорія»,
Національний аерокосмічний університет
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Ліхоносова Г.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри «Фінанси»,
Національний аерокосмічний університет
імені М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

У статті обґрунтовано авторське бачення обліково-контрольного забезпечення фінансової діяльності суб'єкта господарювання. Обґрунтовано, що обліково-контрольне забезпечення на підприємстві виступає повноцінною децентралізованою системою, елементарні підсистеми якої здійснюють збір, обробку, систематизацію всіх видів інформації, яка споживається для забезпечення своєчасного погашення податкових зобов'язань та прийняття управлінських рішень із метою підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта. Запропоновано доповнення обліково-контрольного забезпечення фінансової діяльності суб'єкта господарювання специфічною формою інформаційної системи, яка була б здатна забезпечувати інформацією різні рівні управління та численні об'єкти фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Ключові слова: обліково-контрольне забезпечення, фінансова діяльність, управлінський облік, податковий облік, система звітності.

В статье обосновано авторское видение учетно-контрольного обеспечения финансовой деятельности предприятия. Обосновано, что учетно-контрольное обеспечение на предприятии выступает полноценной децентрализованной системой, элементарные подсистемы которой осуществляют сбор, обработку, систематизацию всех видов информации, потребляемой для обеспечения своевременного погашения налоговых обязательств и принятия управленческих решений с целью повышения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта. Предложено дополнение учетно-контрольного обеспечения финансовой деятельности предприятия специфической формой информационной системы, которая способна была обеспечивать информацией различные уровни управления и многочисленные объекты финансовой деятельности предприятия.

Ключевые слова: учетно-контрольное обеспечение, финансовая деятельность, управленческий учет, налоговый учет, система отчетности.

The article substantiates the author's vision of accounting and control of financial activity of the entity. It is substantiated that accounting control equipment at the enterprise serves as a complete decentralized system, the basic subsystem of which collects, processes and systematizes all types of information that is consumed to ensure timely repayment of tax liabilities and the adoption of management decisions in order to improve the efficiency of the business entity. The addition of the accounting and control provision of the financial activity of the entity is proposed by a specific form of the information system that would be able to provide the information with different levels of management and numerous objects of financial activity of the entity.

Key words: accounting control equipment, financial activity, management accounting, tax accounting, reporting system.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Рішення поточних і стратегічних завдань управління в організаціях буває ефективним, якщо воно базується на достовірній та своєчасній інформації. Відомо, що най-

більш значущою інформацією є звітність організації. Система звітності сучасних організацій незалежно від їх організаційно-правової форми діяльності та форми власності є багатогранною, включає, крім бухгалтерської (фінансової) звітності, такі її види, як: звітність, складена за вимо-

гами МСФЗ; внутрішня управлінська (виробнича) звітність; оперативна звітність; стратегічна звітність; податкова звітність та ін. Залежно від тимчасового періоду охоплення даних звітність може забезпечити управління своєчасною, оперативною або ретроспективною інформацією. Ретроспективні дані, систематизовані у вигляді динамічних рядів за кілька звітних періодів, часто використовуються організаціями як основа для розрахунку прогнозних показників і складання форм стратегічної звітності. Для такої звітності, безумовно, не потрібен увесь набір показників наявної бухгалтерської (фінансової) звітності, частина інформації може бути представлена показниками внутрішньої управлінської звітності у вигляді певних індексів, у процентному співвідношенні до ключових показників тощо. Що стосується оперативних облікових даних, то їх отримання в системі бухгалтерського (фінансового) обліку є складною справою. Обробка поточної інформації бухгалтеріями організацій традиційно здійснюється за минулий місяць, квартал, півріччя, дев'ять місяців, рік і не задовольняє, як правило, управлінців за часом отримання необхідних даних. Ті організації, які мають ефективно організовані бухгалтерії, розвинені системи управлінського (виробничого) обліку, можуть формувати оперативну інформацію на основі даних управлінського обліку, підданих внутрішнього контролю, а в подальшому – контролю на предмет відповідності даним сформованої бухгалтерської (фінансової) звітності.

Такий підхід дає змогу говорити про можливість інтеграції інформації бухгалтерського та управлінського обліку, а під час використання сучасних комп'ютерних технологій – про своєчасне забезпечення інтегрованою інформацією управлінців організації рівнів. Виходячи з вищевикладеного, важливою проблемою є вдосконалення функціонуючих і розроблення принципово нових підходів і методів, що дають змогу інтегрувати облік і контроль у систему управління виробничим підприємством з їх адаптацією до специфіки галузі. При цьому облік і контроль повинні забезпечувати не тільки об'єктивність і достовірність інформації, а й, що особливо важливо для управління виробничим підприємством, релевантність та оперативність.

Вимагають відповідного критичного осмислення й процеси гармонізації бухгалтерського обліку з принципами міжнародних стандартів фінансової звітності.

Необхідність пошуку і дослідження нових напрямів удосконалення організаційно-методичних аспектів обліку та контролю фінансової діяльності підприємства у сформованих економічних умовах є важливим для підвищення ефективності комунікації смислової інформації в системі управління підприємством у цілому і прийняття обґрунтованих економічних рішень.

Вищевикладене зумовлює доцільність і послідовність наукового дослідження даної пробле-

матики у сфері обліково-контрольного забезпечення фінансової діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються автори. Треба відзначити, що види обліку є предметом дослідження багатьох учених, які з різним ступенем формалізації тієї чи іншої облікової системи визначали кордони і зміст інформаційного забезпечення окремих сфер або завдань управління. Це, своєю чергою, призвело до виділення різних управлінських систем і підсистем. Так, підсистемами управлінського (виробничого) обліку в сучасній економічній літературі виділені програмно-орієнтований облік, запропонований І.П. Курочкіною [4; 5]; процесно-орієнтований облік в складі управлінського обліку і звітності, обґрунтований І.В. Аверчевим [2]; стратегічний управлінський облік, узагальнений О.Е. Миколаєвим, О.В. Алексєєвим [7] та ін.

Здебільшого автори виокремлюють один вид обліку від іншого, деталізуючи управлінські завдання для формування потрібної для прийняття рішень інформації. Наприклад, програмно-орієнтований облік, як зазначає І.П. Курочкіна, як сфера виробничого обліку вимагає трансформації принципів, методики і показників однієї облікової системи для іншої.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних положень і розробленні організаційно-методичних аспектів і практичних рекомендацій щодо інтегрованого функціонування обліку і контролю в системі управління фінансовою діяльністю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Обліково-контрольна система об'єднує на підприємстві облікові операції та операції, що здійснюються для забезпечення достовірності даних, які формуються в рамках бухгалтерського та податкового обліку.

Слово «система» походить від грецького слова *systema*, що означає «ціле, складене з частин» [1, с. 1402]. Таким чином, система являє собою безліч елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, й утворює певну цілісність, єдність.

Обліково-контрольний процес більшою мірою відповідає параметрам моделі частково децентралізованої системи. Окремі її елементи на підприємстві є самостійними одиницями. Кожен має свій предмет, методи дослідження, практичне застосування, але тим не менше всі елементи взаємопов'язані.

Таким чином, обліково-контрольне забезпечення – це частково децентралізована система, елементарні підсистеми якої здійснюють збір, обробку, систематизацію всіх видів інформації, яка споживається для забезпечення своєчасного погашення податкових зобов'язань та прийняття управлінських рішень із метою підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта.

Щоб зрозуміти, у чому полягає цілісність і єдність даної системи, необхідно розглянути кожну з її підсистем, визначити їх функції та значимість для успішної реалізації діяльності підприємства.

Бухгалтерський фінансовий облік являє собою систему, яка здійснює обробку та передачу інформації про активи, капітал, зобов'язання, доходи та витрати організацій і економічних процесах шляхом систематизації та грошової оцінки господарських фактів і явищ для активного впливу на об'єкт управління та його зовнішнє середовище.

Бухгалтерський управлінський облік будується на ідентифікації, вимірі, накопиченні, підготовці, інтерпретації та наданні інформації, необхідної управлінської ланки підприємства для здійснення планування, оцінки і контролю господарської діяльності, оптимального використання ресурсів підприємства та контролю над повнотою їх обліку. Функції управлінського обліку представлені на рис. 1.

Податковий облік – система узагальнення інформації для визначення податкової бази по податках, що сплачуються підприємством, на основі даних документів первинного обліку, згрупованих відповідно до порядку, передбаче-

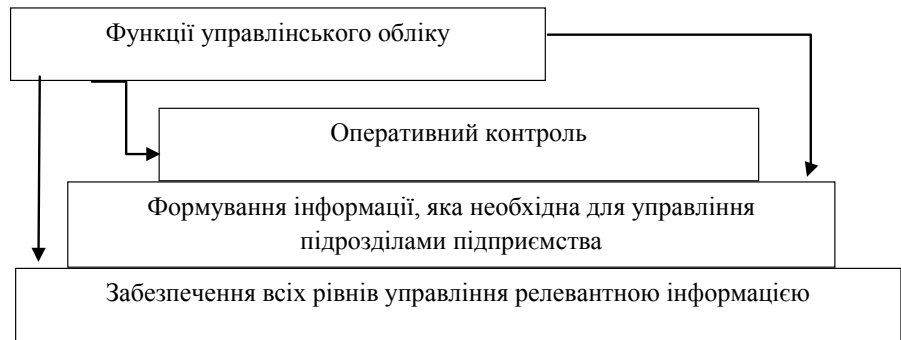


Рис. 1. Функції управлінського обліку

Джерело: розроблено авторами

ного Податковим кодексом України. При цьому податковий облік у відокремленому вигляді застосовується нечасто.

При цьому методологія його ведення практично скрізь заснована на бухгалтерському обліку. Основні функції податкового обліку представлені на рис. 2.

Фінансовий, податковий та управлінський облік будуються на первинній реєстрації фактів господарського життя. Цей процес можна виділити в окрему категорію – бухгалтерський первинний облік (рис. 3).

Піраміда DABO є відображенням фінансового обліку, піраміда DBCO – управлінського обліку, DACO – податкового обліку. При цьому з малюнка видно, що окремі сторони пірамід бухгалтерського, управлінського і податкового



Рис. 2. Взаємоузгодженість функцій управлінського та податкового обліку

Джерело: розроблено авторами

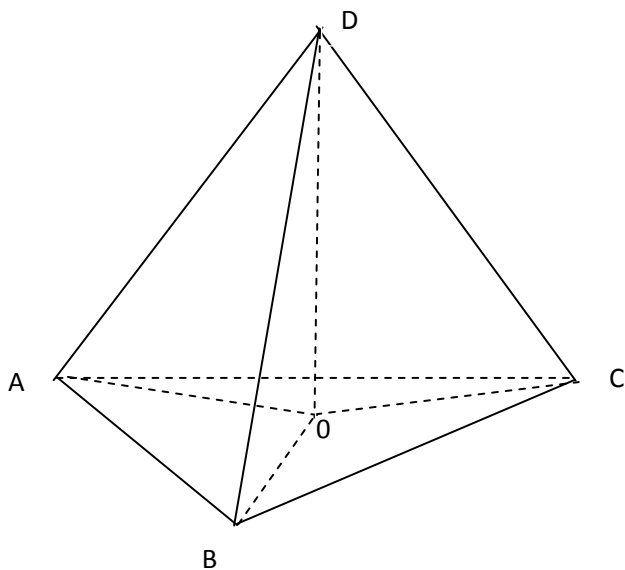


Рис. 3. Взаємоузгодженість управлінського, фінансового, податкового контролю

Джерело: розроблено авторами

обліку лежать в одній площині, тобто об'єднані підставою АСВ – головної піраміди. Це пояснюється тим, що кожен із даних видів обліку будується на основі первинного відображення фактів господарської діяльності або на основі первинного бухгалтерського обліку. Таким чином, бухгалтерський первинний облік – система збору та реєстрації фактів господарського життя за допомогою уніфікованих форм первинних документів.

Серйозною проблемою під час упровадження управлінського обліку в організаціях є розроблення її фінансової структури, для чого необхідна відповідна регламентація. Як правило, регламентами є: положення про структуру центрів фінансової відповідальності; положення і посадові інструкції, що закріплюють функції управлінського обліку за виконавчими ланками в рамках усієї організаційно-управлінської структури. Для впровадження управлінського обліку потрібна також побудова системи управлінської звітності, у рамках якої розглядають найчастіше організацію бюджетування основних бізнес-процесів, розроблення форм бюджетних звітів, методики їх заповнення і контролю.

Безумовно, робота буде ефективною лише за належної комп'ютеризації та використання сучасних інформаційних технологій облікового процесу. Це, своєю чергою, потребує спеціального навчання фахівців з управлінського обліку та інтеграції даних різних облікових систем. За різноманіття видів діяльності, виконуваних робіт і послуг, що надаються комерційними організаціями, вищевикладені підходи до інтеграції інформації знаходять свою затребуваність серед різних груп користувачів.

Що стосується організацій бюджетної сфери, які дещо обмежені у виборі форм і мето-

дів ведення обліку, формування інтегрованої інформації для них має свої специфічні особливості. Розглядаючи методологію бухгалтерського обліку організацій соціальної сфери (охорона здоров'я, освіта тощо), що є, по суті, бюджетними, можна говорити про необхідність відображення в бухгалтерському обліку багатоаспектного надання послуг, під яке виділяється бюджетне фінансування. Крім питань обліку, дуже гостро стоять питання контролю над цільовим використанням джерел фінансування послуг, що надаються. У цьому разі інтеграція інформації для виявлення відхилень у використанні коштів, їх перевитрати, іммобілізації носить обліково-контрольний характер. Система обліково-контрольного забезпечення управління фінансуванням бюджетних організацій включає інформацію про формування (виділення, отримання) і використання джерел фінансування, що мають цільовий характер.

Кошторисно-фінансові розрахунки складаються організаціями як обґрунтування необхідного обсягу виділених на кожен календарний рік джерел фінансування, включають безліч показників та індикаторів, у складі яких: фінансово-економічні показники, індикатори динаміки майна, індикатори використання людських ресурсів, соціальні та інші показники. Це дає змогу у фінансовому механізмі бюджетних організацій забезпечувати інформацією різні реалізовані цими організаціями функції. Наприклад, організації вищої освіти до основних функцій часто відносять: фінансове забезпечення, ресурсне забезпечення, організаційне забезпечення, інформаційне забезпечення, науково-дослідне забезпечення, методичне забезпечення тощо. У програмах стратегічного розвитку сучасних університетів можна бачити розділи прогностичних показників та індикаторів за видами діяльності, виділених відповідно до реалізованих основних функцій.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, виходячи з вищевикладеного, обліково-контрольне забезпечення являє собою складну інформаційну систему, яка здатна забезпечувати інформацією різні рівні управління та численні об'єкти фінансової діяльності суб'єкта господарювання. Фінансова звітність не повною мірою задовольняє інформаційні потреби системи фінансового менеджменту. Найбільший ефект від фінансового планування досягається, якщо воно носить комплексний поступальний характер, здійснюється систематичний поточний і операційний контроль над діяльністю господарського суб'єкта, а за результатами контрольних перевірок керівництво приймає рішення щодо усунення причин, які негативно впливають на результати заходів щодо виконання планових показників і антикризового управління фінансами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і гол. ред. В.Т. Бусел. К.; Ірпінь: Перун, 2009. 1736 с.
2. Аверчев И.В. Управленческий учет и отчетность. Постановка и внедрение. М.: Рид Групп, 2011. 416 с.
3. Вахрушина М.А., Лялькова Е.Е. Учетная политика в системе управленческого учета: методика формирования, практика применения. М.: Экономист, 2008. 205 с.
4. Курочкина И.П. Методология программноориентированного учета и анализа: монография. Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, 2009. 189 с.
5. Курочкина И.П. Теоретические основы учета процесса производства: монография. М.: ГольфСтрим, 2008. 166 с.
6. Николаева О.Е., Алексеева О.В. Стратегический управленческий учет: монография. К.: Едиториал, 2003. 304 с.
7. Савенков Д.Л. Практика внедрения «бережливого производства» на промышленных предприятиях машиностроительного комплекса. М.: Финансы и статистика, 2006. 224 с.
8. Мальсагов И., Парова Л. Роль учетно-контрольной информации в управлении организациями. Инновации в учете, анализе, контроле и аудите. 2014. № 5(22). С. 54–57.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 33.012.35(477)

ОСОБЛИВОСТІ ОБ'ЄДНАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

FEATURES OF THE ASSOCIATION OF TERRITORIAL COMMUNITIES IN UKRAINE

Мазун В.К.

магістр спеціальності «фінанси,
банківська справа та страхування»,
Вінницький національний аграрний університет

Янчук В.І.

кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
Вінницький національний аграрний університет

Об'єднана територіальна громада (ОТГ, об'єднана громада) – адміністративно-територіальна одиниця в Україні, утворена відповідно до Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад». Об'єднані громади утворюються внаслідок добровільного об'єднання суміжних територіальних громад сіл, селищ, міст. Об'єднана територіальна громада, адміністративним центром якої визначено місто, є міською територіальною громадою; центром якої визначено селище міського типу, – селищною; центром якої визначено село, – сільською.

Ключові слова: територіальна громада, об'єднання громад, перспективний план, дорожня карта, ресурси громади.

Объединенная территориальная община (ОТГ, объединенная община) – административно-территориальная единица в Украине, образованная в соответствии с Законом Украины «О добровольном объединении территориальных общин». Объединенные общины образуются в результате добровольного объединения смежных территориальных общин сел, поселков, городов. Объединенная территориальная община, административным центром которой определен город, является городской территориальной общиной; центром которой определен поселок городского типа, – поселковой, центром которой определено село, – сельской.

Ключевые слова: территориальная община, объединение общин, перспективный план, дорожная карта, ресурсы общины.

The united territorial community (OTG, united community) is an administrative-territorial unit in Ukraine, formed in accordance with the Law of Ukraine "On Voluntary Association of Territorial Communities". United communities are formed as a result of voluntary association of adjacent territorial communities of villages, settlements, cities. The united territorial community, the administrative center of which the city is defined, is a city territorial community, the center of which is defined by a settlement of a city type, – a settlement, the center of which is determined by a village, – rural.

Key words: territorial community, community association, perspective plan, road map, community resources.

Постановка проблеми. Держава стимулює прискорення реформи консультативно й фінансово. Створюють центри розвитку місцевого самоврядування, а лише субвенції на розвиток інфраструктури громад торік було виділено 1 мільярд гривень. Проте не все гладко

на шляху децентралізації. Є чимало каменів для спотикання. Певним чином вони виникають через відсутність базового закону «Про адміністративно-територіальний устрій України», який би прописував засади державної політики у цій сфері, конструкцію нового адміністративно-

територіального устрою, а також вказував би на однакові критерії до адміністративно-територіальних одиниць усіх рівнів.

Також у процесі децентралізації є п'ять не вирішених проблем, які створюють ризики для успішної реалізації реформи.

Можна сказати, що створення об'єднаних територіальних громад переважно не має підтримки з боку широких верств населення, адже люди не розуміють сам процес децентралізації, а також стикається зі спротивом з боку районних адміністрацій та місцевих рад.

Вони перешкоджають утворенню ОТГ через страх втратити робочі місця та повноваження, бо процес їх створення супроводжується реформатуванням органів влади та змінами в управлінні на користь громад.

Також швидке збільшення кількості ОТГ без пропорційного збільшення обсягу субвенції на розвиток інфраструктури знижує мотивацію громад до об'єднання та їхні можливості щодо соціально-економічного розвитку.

Якщо у 2016 році державна субвенція на інфраструктуру громад становила 1 мільярд гривень і була розподілена між бюджетами 159 ОТГ пропорційно до площі громади та кількості сільського населення, то у 2017 році обсяг субвенції передбачено в розмірі 1,5 мільярда.

При цьому фінансування із загального фонду Державного бюджету становить лише 0,5 мільярда, а решта 1 мільярд – зі спеціального фонду. Ці кошти розподілять вже між 366 ОТГ, отже, кожна громада отримає менше коштів, ніж минулого року.

Тому державі слід переглянути питання стабільного забезпечення фінансової підтримки добровільного об'єднання територіальних громад. А активістам на місцях варто посилити зусилля зі створення ОТГ.

Сьогодні не врегульовано питання розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади загалом, а також функцій та повноважень між місцевими радами ОТГ та районними державними адміністраціями й районними радами.

У межах реформи необхідно чітко визначити повноваження, які залишаються за райдержадміністрацією та райрадою, переглянути чисельність та відповідно видатки на утримання їхніх апаратів.

В утворених об'єднаних територіальних громадах немає належно підготованих робочих кадрів та спостерігається низька кваліфікація службовців місцевого самоврядування для виконання нових функцій. Це призводить до неефективного використання фінансових ресурсів територіальних громад, неспроможності освоїти кошти державних субвенцій на розвиток.

Органи місцевого самоврядування, як правило, не готові до запровадження стратегічного планування та програмування розвитку гро-

мад. Вирішенням цієї проблеми могло би стати запровадження дієвих програм підвищення кваліфікації службовців місцевого самоврядування та надання їм необхідної консультативної і методичної допомоги з боку органів виконавчої влади.

Враховуючи високі ризики корупційних дій щодо використання бюджетних коштів, актуальним є питання запровадження механізмів контролю за діяльністю органів місцевого самоврядування як з боку державних органів, так і з боку громадськості.

Для розв'язання цієї проблеми треба:

- забезпечити ефективний попередній та поточний держфінконтроль за їхньою діяльністю;

- налагодити максимально прозору діяльність місцевих органів влади та її контроль з боку громадськості.

Актуальність останніх досліджень і публікацій. Загалом дослідженням питань особливостей об'єднання територіальних громад в Україні присвятили свої наукові праці багато провідних українських вчених, таких як А.В. Кавунець, В.В. Дорох, Н.Л. Старікова, В.Г. Степанченко та багато інших.

Правовою основою об'єднання територіальних громад є закони України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про добровільне об'єднання територіальних громад», «Про співробітництво територіальних громад», постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад», а також Бюджетний і Податковий кодекси України та інші нормативно-правові акти [5].

Метою статті є підвищення ефективності управління суспільним розвитком на відповідній території, що є удосконаленням системи територіальної організації влади. Найважливішим нормативно-правовим документом став Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 5 лютого 2015 р.

Метою закону є добровільне об'єднання територіальних громад, які здатні самостійно вирішувати питання розвитку своїх територій, створення спроможних територіальних громад, які в інтересах місцевого населення безпосередньо та через органи місцевого самоврядування на підставі закону можуть здійснювати регулювання й управління істотною частиною суспільних справ, що належать до їхніх повноважень. Закон передбачає, що територіальні громади, наділені достатніми фінансовими, інфраструктурними та кадровими ресурсами, надаватимуть якісні послуги у сфері освіти, культури, медицини, соціального захисту, житлово-комунального господарства, забезпечення охорони громадського порядку тощо. Оскільки згаданий закон спрямований на децентралізацію влади, контроль за владою будуть здійснювати самі люди.

Виклад основного матеріалу. Система місцевого самоврядування сьогодні не задовольняє потреб суспільства. Функціонування органів місцевого самоврядування у більшості територіальних громад не забезпечує створення та підтримку сприятливого життєвого середовища, необхідного для всебічного розвитку людини, її самореалізації, захисту її прав, надання населенню органами місцевого самоврядування, утвореними ними установами та організаціями високоякісних і доступних адміністративних, соціальних та інших послуг на відповідних територіях. Починаючи з 1991 року чисельність сільського населення зменшилася на 2,5 млн. осіб, а кількість сільських населених пунктів – на 348 одиниць. Разом із тим кількість сільських рад збільшилася на 1067 одиниць. В Україні утворено близько 12 тис. територіальних громад, у більш як 6 тис. громад чисельність жителів становить менш як 3 тис. осіб, з них у 4809 громадах – менш як 1 тис. осіб, а у 1129 громадах – менш як 500 осіб, у більшості з них не утворено виконавчі органи відповідних сільських рад, відсутні бюджетні установи, комунальні підприємства тощо [3]. Органи місцевого самоврядування таких громад практично не можуть здійснювати надані їм законом повноваження. Дотаційність 5419 бюджетів місцевого самоврядування становить понад 70 відсотків, 483 територіальні громади на 90 відсотків утримуються за рахунок коштів державного бюджету. Здійснення постійної фінансової підтримки через районні бюджети малочисельних територіальних громад з використанням системи дотацій вирівнювання є обтяжливим для державного бюджету та стримує розвиток малих міст і великих селищ. Удосконалення потребує також система територіальної організації влади з метою підвищення ефективності управління суспільним розвитком на відповідній території.

У квітні 2013 року розпорядженням Кабінету Міністрів України № 333-2014-р було затверджено Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Також було затверджено і Розпорядження КМУ «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» № 591-2014-р з останніми змінами від 08.04.2015 р., яке і визначило конкретні заходи та етапи реалізації Концепції. Ми не будемо переказувати весь зміст Концепції – охочі можуть ознайомитись із нею за посиланням вище. Сконцентруємо увагу читачів лише на етапах її реалізації та очікуваних результатів від її впровадження. Отже, реалізація Концепції мала здійснюватися двома етапами. На першому підготовчому етапі (2014 рік) передбачалося:

- у першочерговому порядку внести до Конституції України зміни щодо утворення виконавчих органів обласних і районних рад та розподілу повноважень між ними;

- розробити проекти та прийняти акти законодавства щодо запровадження механізму прямого народовладдя, удосконалення правового регулювання процедур проведення загальних зборів громадян за місцем їх проживання та встановлення додаткових гарантій діяльності органів самоорганізації населення, створити сприятливі правові умови для широкого залучення населення до прийняття управлінських рішень органами місцевого самоврядування;

- створити законодавчу основу для реалізації права територіальних громад на добровільне об'єднання, передбачивши при цьому надання державної підтримки об'єднанням громадам протягом п'яти років після утворення для поліпшення інфраструктури надання послуг та транспортної доступності;

- створити законодавчу основу для реалізації права територіальних громад на співробітництво на засадах ресурсно-організаційної кооперації та отримання державної підтримки для реалізації проектів такого співробітництва;

- законодавчо врегулювати нову систему адміністративно-територіального устрою;

- здійснити моделювання адміністративно-територіальних одиниць у регіонах та розробити проекти нормативних актів, необхідних для завершення формування нової системи адміністративно-територіального устрою;

- визначити Мінрегіон головним центральним органом виконавчої влади з проведення реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади і розробити на рівні Кабінету Міністрів України механізм координації проведення зазначеного реформування;

- провести широку інформаційно-роз'яснювальну роботу з питань реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади;

- завершити формування законодавчої бази з питань діяльності органів місцевого самоврядування та органів виконавчої влади на новій територіальній основі з визначенням їх повноважень та ресурсного забезпечення відповідно до вимог цієї Концепції.

Одразу варто зазначити, що не все вдалося виконати в 2014 році, тому й наступний етап виявився трішки зміщеним у часі. На другому етапі реалізації Концепції (2015–2017 роки) передбачалося:

- уніфікувати і стандартизувати публічні послуги, що надаються населенню органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади, з урахуванням принципів максимальної доступності послуг для споживачів та визначити на законодавчому рівні умови для їх належного фінансування;

- провести місцеві вибори з урахуванням реформованої системи органів місцевого самоврядування;

– удосконалити систему планування території громад, вирішити питання забезпечення новостворених громад схемами планування території та генеральними планами.

Ось такі плани щодо проведення реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні ми маємо. Не все ще вдалося виконати, але вже внесено зміни до Податкового та Бюджетного кодексів, затверджено Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» та Методику формування спроможних громад, розроблено проект змін до Конституції України щодо децентралізації, які обіцяють затвердити в червні-липні 2015 року, в багатьох областях затверджено Перспективні плани формування громад, зокрема й Вінницької області. Тобто процес триває. Пропонуємо лише ознайомитися з очікуваними результатами, які передбачається отримати після впровадження реформи місцевого самоврядування [7].

Таким чином, саме Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної влади в Україні стала рамковим документом, який визначив майбутній розвиток системи влади та адміністративно-територіального устрою в Україні.

Формування спроможних територіальних громад здійснюється з урахуванням:

- здатності органів місцевого самоврядування вирішувати суспільні питання, які належать до їх компетенції, для задоволення потреб населення відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- історичних, географічних, соціально-економічних, культурних особливостей розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- розвитку інфраструктури відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- фінансового забезпечення відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- трудової міграції населення;
- доступності послуг у відповідних сферах.

Висновки. Підсумовуючи всі аспекти процесу децентралізації влади в Україні та його складника – добровільного об'єднання територіальних громад, можемо дійти таких висновків:

1. Україна рухається в напрямі, закріпленому в Європейській хартії місцевого самоврядування, використовуючи досвід країн Європи (передусім Польщі), декларуючи пріоритетом реформ децентралізацію з передачею повноважень на рівень територіальної громади.

2. Процес децентралізації влади є складним та складається з багатьох елементів. Окремі з них – бюджетна децентралізація, податкова децентралізація, можливість передачі повноважень на рівень громад та формування незалежних бюджетів цих громад – сьогодні вже прописані в нормативних документах у вигляді Законів та Постанов КМУ. Водночас попереду

ще досить складний процес узгодження інших аспектів децентралізації та внесення необхідних змін до відповідних підзаконних актів, які мають забезпечити неухильне виконання реформ.

3. Напрямок реформування закріплено на рівні офіційних документів (Концепція реформування, План виконання тощо), проте станом на січень 2016 року бачимо відставання від запланованих термінів, яке потребує внесення відповідних коректив.

4. Якщо розглядати процес добровільного об'єднання територіальних громад як окремий складник, то головною перевагою Закону є можливість майбутній об'єднаній – спроможній – територіальній громаді отримати чіткі і незалежні функції і повноваження із задоволення потреб мешканців територіальних громад і фінансові ресурси, в т.ч. і місцеві податки, на їх реалізацію. Цей процес об'єктивно потрібний українським громадам, адже, зважаючи на значну кількість малих територіальних громад, які є суто дотаційними, говорити про ефективне задоволення потреб мешканців таких громад неможливо. І саме об'єднання має привести до значного покращення ситуації і створити умови для передачі відповідних повноважень таким громадам.

5. Окремо варто зазначити щодо добровільності процесу об'єднання. Зараз багато нарікань щодо того, що громади «змушують» об'єднуватися відповідно до Перспективного плану, і вони зобов'язані будуть об'єднатися абсолютно так, як визначено Перспективним планом. Насправді це не зовсім так. Громади мають повне право об'єднуватися, як вони захочуть. Головне, щоб це було відповідно до Закону про об'єднання (наприклад, вимога щодо об'єднання винятково суміжних громад). Тобто кожна громада в процесі реформування місцевого самоврядування може обрати будь який із трьох можливих варіантів поведінки: а) взагалі ні з ким не об'єднуватися; б) об'єднатися з іншими громадами в довільній конфігурації – головне, щоб громади були суміжні; в) об'єднатися так, як визначено Перспективним планом. Але якщо громади хочуть отримати передбачені преференції з боку держави, то мусять об'єднатися відповідно до Перспективного плану. Хоча досвід перших ОТГ показав, що Перспективні плани було змінено відповідно до реально створених ОТГ, але системність такого кроку є сумнівною.

Отже, реформа дасть поштовх до повноцінного розвитку громад, а ми всі є членами територіальних громад. Тому ця реформа торкнеться кожного в Україні. Децентралізація приведе не тільки до змін системи влади в країні, а й до змін, які стосуються всіх аспектів нашого повсякденного життя. Реформа дасть нам змогу поліпшити життя у своїй громаді і в країні загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main>.
2. Про затвердження Методики формування спроможної територіальної громади [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 08.04.2015 р. № 214 (із змінами). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-п>.
3. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. – Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р. Київ.
4. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97- ВР // Відом. Верхов. Ради України. 1997. № 24. С. 32.
5. Про добровільне об'єднання територіальних громад [Електронний ресурс] : Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII (із змінами). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/157-19>.
6. Розпорядження голови Луганської обласної військово-цивільної адміністрації «Про схвалення проекту перспективного плану формування територій громад Луганської області» від 10.06.2015 р. № 234. URL: <http://www.loga.gov.ua/oda/documents/oficial/?curPos=300>.
7. Старікова Н. Проблеми об'єднання громад [Електронний ресурс] / Н. Старікова // Асамблея громадських організацій малого та середнього бізнесу. 2015. URL: http://www.seredniy-klas.org/pub/natalija_stparikova_problemi_obednannja_gromad/1-1-0-114.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ

TRENDS AND PROSPECTS OF FOREST INDUSTRY DEVELOPMENT

Онопрієнко І.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики,
аналізу господарської діяльності та маркетингу,
Сумський національний аграрний університет

Смовський Д.В.

магістр,
Сумський національний аграрний університет

Дослідження тенденцій, проблем та перспектив лісової галузі є досить актуальним питанням сьогодення. У Сумській області за останні десять років збільшується заготівля ліквідної деревини, зростають обсяги робіт лісового господарства і, як наслідок, спостерігається зростаюча тенденція обсягу реалізованої деревини. Проведений аналіз сильних та слабких сторін діяльності лісової галузі показав, що галузь має як внутрішні проблеми, так і зовнішні. У зв'язку з введенням в Україні мораторію на експорт круглого лісу збільшуються обсяги переробки деревини для споживачів внутрішнього ринку. Запропоновано впроваджувати передові управлінські заходи для покращення ситуації в галузі.

Ключові слова: виробництво, деревина, лісова галузь, збут, конкурентоспроможність.

Исследование тенденций, проблем и перспектив лесной отрасли является весьма актуальным вопросом современности. В Сумской области за последние десять лет увеличивается заготовка ликвидной древесины, растут объемы работ лесного хозяйства и, как следствие, наблюдается растущая тенденция объема реализованной древесины. Проведенный анализ сильных и слабых сторон деятельности лесной отрасли показал, что отрасль имеет как внутренние проблемы, так и внешние. В связи с введением в Украине моратория на экспорт круглого леса увеличиваются объемы переработки древесины для потребителей внутреннего рынка. Предложено внедрять передовые управленческие меры для улучшения ситуации в отрасли.

Ключевые слова: производство, древесина, лесная отрасль, сбыт, конкурентоспособность.

Research of trends, problems and perspectives of the forest industry is a very topical issue of the present. In the Sumy region over the last ten years the harvesting of liquid wood has increased, the volumes of forestry work are increasing and, as a result, there is an increasing trend in the volume of timber sold. The analysis of the strengths and weaknesses of the forestry industry showed that the industry has both internal and external problems. In connection with the introduction of a moratorium on the export of round timber in Ukraine, the volume of wood processing, for domestic market consumers, is increasing. It is proposed to introduce advanced management measures to improve the situation in the industry.

Key words: Production, timber, forestry, sales, competitiveness.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими завданнями. Лісова промисловість України пройшла глибоку кризу середини 90-х, приватизацію та банкрутство більшості підприємств. Її подальший розвиток характеризується появою значної кількості приватних підприємств, які спеціалізуються на лісопилянні та глибокій переробці деревини. Пріоритетний розвиток деревообробної і меблевої промисловості отримала на півночі і заході країни, де зосереджені значні лісосировинні ресурси.

Стабільному розвитку галузі сприяли такі фактори, як реконструкція та технічне переоснащення діючих меблевих і деревообробних підприємств, впровадження новітніх технологій;

структурні зміни на вітчизняному ринку меблів і виробів з деревини, створення підприємств малого і середнього бізнесу; активізація науково-технічної та інноваційної діяльності.

Проте спостерігається низка стримуючих факторів для галузі, а саме: недобросовісна конкуренція з боку іноземних експортерів, які завозять в Україну товари за демпінговими цінами, підвищення тарифів на залізничні перевезення, особливо тарифів на перевезення низькоякісної сировини для плитної промисловості, яка спричиняє подорожчання як ДСП, так і кінцевого продукту – меблів.

Досвід реалізації деревини на аукціонах дає змогу визначити реальну потребу в деревині і сформувати її ринкову вартість. Натепер забез-

печена відносна прозорість продажу і доступність деревного ресурсу для всіх суб'єктів господарювання.

Аналіз підсумків проведених аукціонів показує зростання потреб на внутрішньому ринку за рахунок поліпшення економічної ситуації і відновлення виробництва продукції з деревини в малому і середньому бізнесі [1; 6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню розвитку лісової галузі України та проблемам її ефективного функціонування присвячена велика кількість робіт вітчизняних учених, таких як Ю.М. Барський [1], О.О. Кахович, І.І. Кичко [3], О.Р. Мазуренко [4] та інші.

Виділення раніше не вирішених проблем.

Однак окремі важливі питання, на нашу думку, потребують подальшого вивчення, а саме узагальнення тенденцій розвитку лісової галузі в окремих регіонах, зокрема в Сумській області, виявлення наявних проблем для формування прогнозів на майбутнє.

Формування цілей статті. Метою статті є теоретичне і практичне дослідження тенденцій розвитку лісової галузі в Сумській області та визначення перспектив покращення функціонування галузі.

Виклад основного матеріалу. Лісистість території Сумської області становить 17,8%, що на 1,9% більше, ніж середня лісистість України загалом, проте до рівня оптимальної лісистості 20–22% не вистачає 2,2–4,2%. Загальна площа лісових ділянок Сумської області становить 452,1 тис га. Запас деревини в Сумській області становить 109,2 млн м³, середній вік насаджень – 58 років; 88% насаджень – це ліси першого і другого класів бонітету. Склад деревних порід у лісах області дуже різноманітний. Особливістю лісів області є їх висока продуктивність і високобонітетність.

Ліси Сумщини займають особливе місце на лісовій карті України. Значна частина лісового фонду області розташована в зоні Північного Українського Полісся, куди відносяться Середньо-Будський, Шосткинський, Ямпільський та Глухівський райони, менше – в зоні Лівобережного лісостепу: Охтирський, Лебединський, Тростянецький, Роменський, Краснопільський та інші райони.

Обсяги робіт та послуг лісового господарства Сумської області у звітному році зросли на 13% порівняно з 2015 роком і у 7,2 раза порівняно з 2005 роком, тобто спостерігається чітка тенденція до зростання, в середньому на 15,9 млн. грн. щорічно (рис. 1) [6].

Деревина є основним видом лісових ресурсів. У лісах області деревина заготовлюється в порядку рубок головного користування, здійснення заходів з формування й оздоровлення лісів та інших рубок. Щорічний обсяг заготівлі ліквідної деревини від усіх видів рубок в Сумській області становить близько 1,0 млн. м³, зокрема від рубок головного користування – 0,6 млн. м³.

Щорічно в лісах області приростає 1 млн. 830 тис м³, вирубається – 1 млн. м³. Тобто річний приріст використовується на 55%. У Європі цей показник становить 60–80 %.

Лісозаготівлі є базисом формування власних коштів підприємств для розширеного відтворення лісів та сталого розвитку лісового господарства. Понад 70% основних засобів виробництва задіяні у цьому технологічному процесі.

Заготівля ліквідної деревини в Сумській області у 2016 році зменшилася на 0,2% порівняно з 2015 роком, але порівняно з 2005 роком збільшилася на 63%, натомість площа рубок незначно зросла на 0,1% у звітному році порівняно з попереднім, а порівняно з 2005 роком зменшилася на 5% (рис. 2) [6].



Рис. 1. Динаміка обсягів робіт лісового господарства в Сумській області, млн. грн.

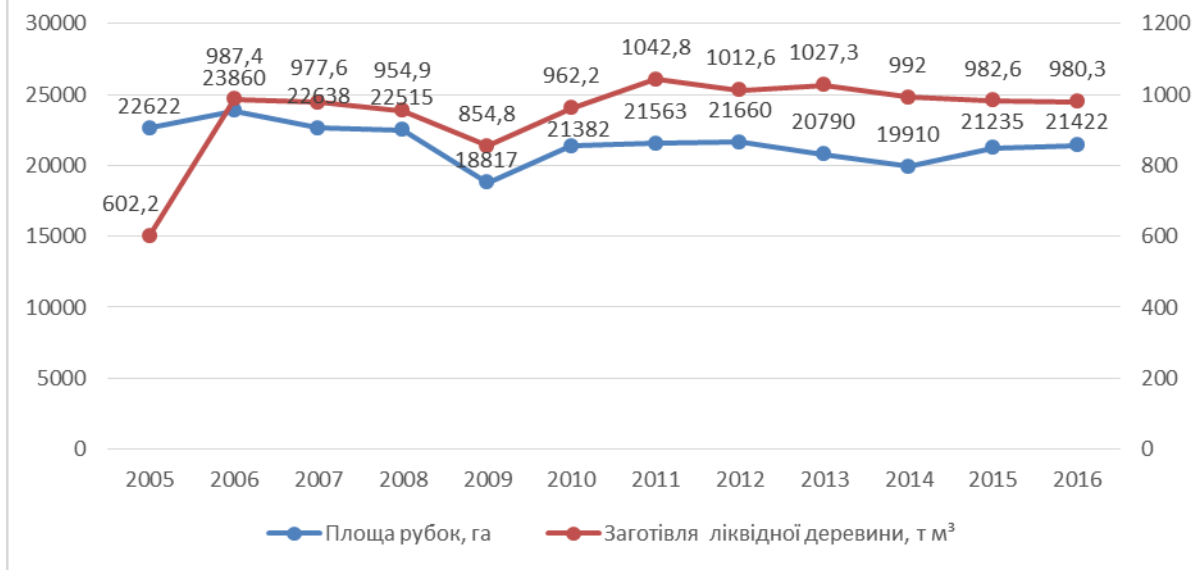


Рис. 2. Динаміка заготівлі ліквідної деревини в Сумській області

Головним напрямом використання деревини є поставка її на внутрішній ринок для задоволення потреб вітчизняної деревообробної промисловості, підприємств будівельного, агропромислового та вугледобувного комплексу. Виручені від реалізації кошти спрямовуються на фінансування лісгосподарського виробництва, розвиток матеріальної бази, виконання соціальних програм.

Від продажу деревини і виробів з неї на рахунки підприємств лісової галузі Сумщини поступає щорічно в середньому 500,0 млн. грн.

Паралельно зі збільшенням обсягів робіт та послуг лісового господарства також спостерігається тенденція збільшення обсягу реалізованої деревини в Сумській області майже в 5 разів (рис. 3) [6].

Це пов'язано як зі збільшенням обсягів заготівлі деревини, так і з введенням в дію мораторію на вивіз лісу-кругляка. Тому вітчизняні підприємства почали більше виготовляти продукції із деревини, що є позитивним для української економіки.

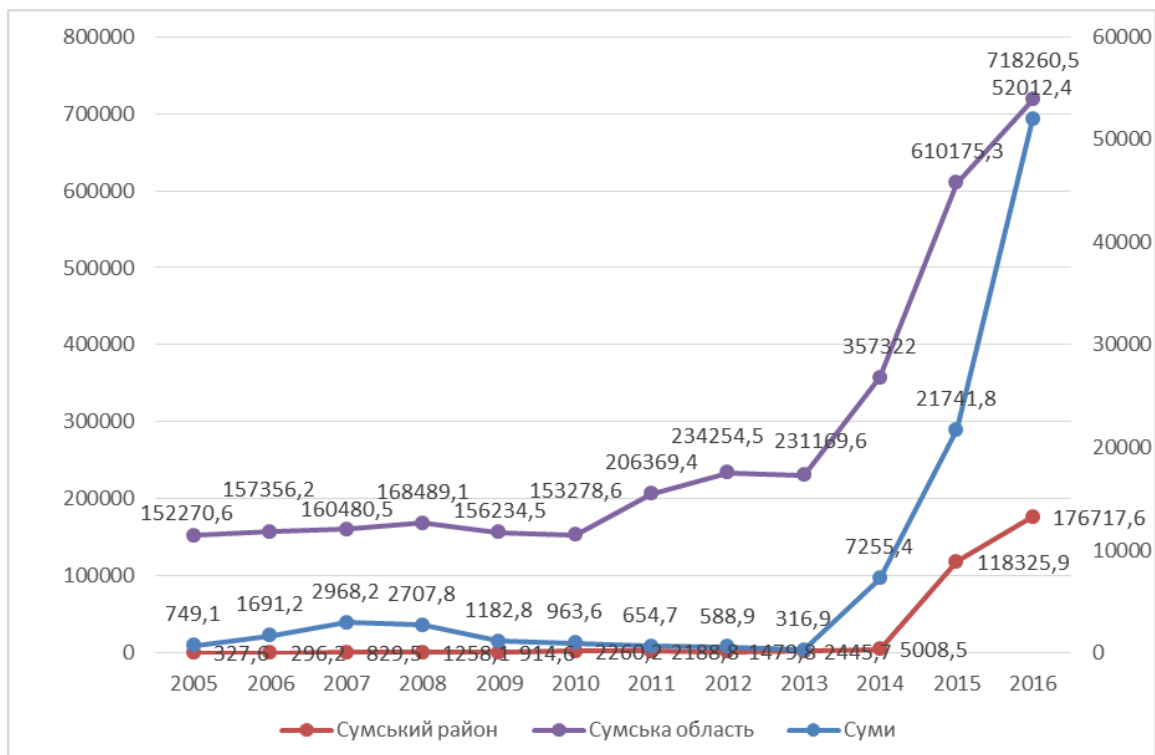


Рис. 3. Динаміка обсягу реалізованої деревини, в т.ч. виробів і з дерева, тис. грн.

Проведений аналіз сильних та слабких сторін діяльності лісової галузі показав, що галузь має як внутрішні проблеми, так і зовнішні. Для забезпечення конкурентоспроможності галузі необхідно підтримувати певний баланс між дослідженнями та пріоритетами внутрішніх і зовнішніх факторів. Якщо пріоритетними будуть внутрішні фактори, то це може привести до недоврахування ринкових тенденцій і, як результат, зниження рівня його конкурентоспроможності. Якщо ж зовнішні – то недостатня увага до внутрішніх ресурсів і компетенції може привести до відриву сформульованої стратегії розвитку галузі. Дослідження порівняльних переваг, викликів та ризиків розвитку лісового господарства Сумської області показало, що галузь має низку сильних сторін і можливостей для уникнення загроз та подолання слабких сторін (рис. 4, 5).

Таким чином, дослідження показало, що основними причинами виникнення проблем у лісовій галузі є:

- значний обсяг незаконних рубок, як наслідок – великі масштаби функціонування тіньового обігу деревини;
- недосконалість системи управління лісовим господарством, зокрема поєднання функцій регулювання, нагляду і контролю за обігом деревини з функціями зі здійснення господарської діяльності в межах одного центрального органу виконавчої влади;
- дисбаланс організаційно-правової структури управління лісовими ресурсами, що приводить до перекосів у фінансовому забезпеченні окремих лісокористувачів;
- багатовідомча система управління лісами та складність отримання правовстановлюючих документів щодо користування землями лісо-



Рис. 4. Порівняльні переваги лісової галузі

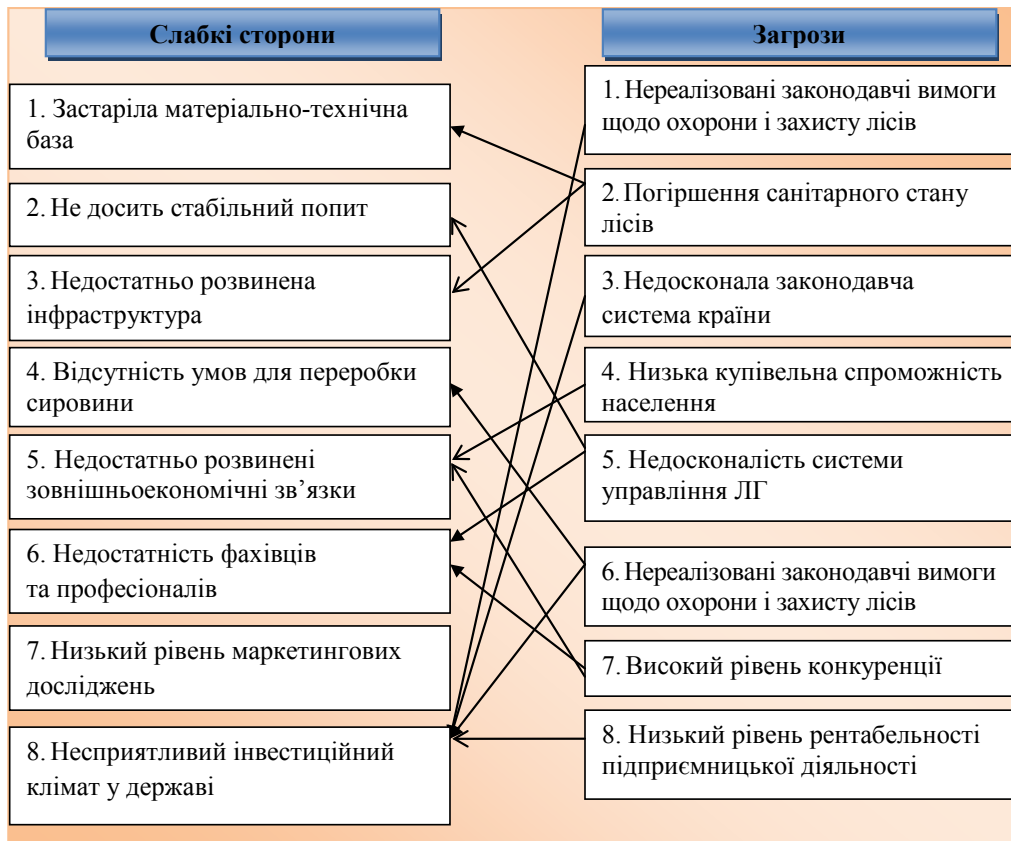


Рис. 5. Виклики та ризики розвитку лісової галузі

господарського призначення і, як наслідок, відсутність їх у більшості лісочористувачів;

- недосконалий механізм продажу необробленої деревини та відсутність економічних стимулів для поглибленої переробки деревини всередині країни;

- нереалізовані законодавчі вимоги щодо охорони і захисту лісів та складна процедура притягнення до адміністративної та кримінальної відповідальності за незаконні рубки;

- погіршення санітарного стану лісів, недосконала нормативно-правова база щодо можливостей попередження втрати лісових насаджень;

- відсутність правових і економічних механізмів стимулювання запровадження природозберігаючих технологій та недосконалість фінансово-економічного механізму розвитку лісового господарства та податкової бази, яка не враховує довгостроковості у вирощуванні лісу;

- низький рівень інформування громадськості та інших зацікавлених сторін про ліси і лісове господарство та недостатня наукова підтримка розвитку лісового господарства, зокрема відсутність науково обґрунтованої стратегії адаптації лісів до змін клімату внаслідок браку коштів на відповідні дослідження.

Для покращення ситуації в лісовій галузі необхідно підвищити ефективність відтворення лісів, зокрема, захисних смуг уздовж транспортних шляхів, не тільки для посилення їх захисних

функцій, але й отримання повноцінної кондиційної деревини, забезпечити заліснення всіх малоприсадатних для сільськогосподарського виробництва земель. Підвищення лісистості території Сумської області до 20% дасть змогу в перспективі забезпечити лісопромисловий комплекс місцевими сировинними ресурсами, поліпшити кліматичні умови та їх позитивний вплив на продуктивність сільського господарства, а також збільшити рекреаційний потенціал лісів та його вплив на економіку регіону та здоров'я населення.

Основні пріоритети розвитку лісової галузі Сумської області на перспективу – це: підвищення рівня використання продуктивності лісових земель; досягнення оптимальної структури виробництва деревних ресурсів; розвиток вітчизняного машинобудування для лісових галузей; підвищення продуктивності функціонуючих деревостанів; підвищення конкурентоспроможності видів продукції лісової галузі Сумщини; посилення регулюючої ролі держави у реалізації структурних змін галузі.

Для економічної оцінки рівня та якості структурних перетворень пропонується використати низку специфічних критеріїв, таких як оптимальність забезпечення регенерації лісом компонентів навколишнього середовища; рівень задоволення попиту на лісоматеріали за рахунок власного виробництва; частка обсягу деревини

(у готовій продукції) в загальному обсязі її переробки; виробництво прогресивних видів продукції із заготовленої деревини.

У зв'язку з введенням в Україні мораторію на експорт круглого лісу лісгоспи Сумщини збільшують обсяги переробки деревини для споживачів внутрішнього ринку деревини.

Офіційні дані дії мораторію і проведені дослідження показують, що деревообробна і меблева промисловість зростають на 15–16%. Експорт лісоматеріалів зріс на 11%. Втричі зросло ввезення деревообробного обладнання. Це свідчить про індикатор створення робочих місць, про надходження податків, про розвиток промисловості [5; 7].

Висновки. Таким чином, стратегічні завдання діяльності підприємств лісової галузі

полягатимуть у подальшому нарощуванні площі лісів області, стійкості та продуктивності лісових насаджень; модернізації лісгосподарських процесів; розвитку рекреаційної та туристичної інфраструктури; нарощуванні обсягів переробки низькотоварної деревини.

Для підвищення ефективності лісової галузі необхідно технічно переозброїти наявні підприємства; стимулювати глибоку і комплексну переробку деревної сировини; впровадити високоефективні ресурсозберігаючі технології і техніки; вдосконалити систему економічних лісових відносин та систему управління ліспромисловим комплексом на регіональному рівні; поліпшити податково-митний режим галузі і, як наслідок, збільшити в експорті частку продукції глибокої переробки деревини.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барський Ю. Фінансове стимулювання сталого розвитку лісового господарства регіонів України / Ю. Барський, В. Поліщук // Економічний форум. 2015. № 1. С. 13–23. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_1_5.
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Кичко І.І. Перспективи розвитку лісового господарства України / І.Кичко // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 11. С. 128–132. URL: <http://global-national.in.ua/>.
4. Мазуренко О. Економічне значення лісів України та стратегія їх ефективного розвитку / О. Мазуренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 5. С. 209–212.
5. Офіційний сайт Державного агентства лісових ресурсів України. URL: <http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/index>.
6. Статистичний щорічник Сумської області за 2017 р. Суми. 2018. 542 с.
7. Стратегія реформування лісового господарства України на період до 2022 року. URL: <https://www.lisportal.org.ua/92135/>.
8. Стан ринку лісопродукції в Україні. URL: <https://www.derevo.info/news/detail/6326>.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 331

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF SECURITY IN HUMAN DEVELOPMENT

Сардак С.Э.

доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры экономики и управления национальным хозяйством,
Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

Суханова Д.Ю.

магистрант,
Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

Статья посвящена исследованию теоретико-прикладных аспектов безопасности человеческого развития. Рассмотрены современные методологические решения международных организаций в сфере измерения состояния человеческого развития. Освещены национальные методики и особенности измерения состояния человеческого развития в странах. Исследованы имеющиеся глобальные проблемы и разработаны направления оптимизации обеспечения безопасности человеческого развития.

Ключевые слова: человеческое развитие, безопасность человеческого развития, измерение, показатели, индекс человеческого развития.

Статтю присвячено дослідженню теоретико-прикладних аспектів безпеки людського розвитку. Розглянуто сучасні методологічні рішення міжнародних організацій у сфері виміру стану людського розвитку. Висвітлено національні методики та особливості виміру стану людського розвитку в країнах. Досліджено наявні глобальні проблеми та розроблено напрями оптимізації забезпечення безпеки людського розвитку.

Ключові слова: людський розвиток, безпека людського розвитку, вимір, показники, індекс людського розвитку.

The article is devoted to the study of theoretical and applied aspects of human development safety. Modern methodological decisions of international organizations in the sphere of measuring the state of human development are considered. National methods and features of measuring the state of human development in countries are covered. The existing global problems are investigated and directions for optimizing the safety of human development are developed.

Key words: human development, human development security, measurement, indicators, human development index.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными или практическими заданиями. Проблематика человеческого развития является центральным аспектом общественной и научной мысли. В XXI в. вопросы человеческого развития рассматриваются в рамках различных мировоззренческих парадигм и перманентно актуальны [1]. В этой связи обращение к безопасности человеческого развития является своевременным вызовом для научного сообщества и требует дальнейшего освещения.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых положено начало решению дан-

ной проблемы и на которые опираются авторы. Исследование научно-методических и прикладных основ человеческого развития осуществляют многочисленные международные организации (прежде всего ООН, ПРООН и ЮНЕСКО). В странах данные вопросы рассматриваются на уровне органов государственной власти, местного самоуправления и отдельных ученых. Например, в Украине вопросы человеческого развития изучали такие ученые, как: З.З. Биктимирова [2], О.Г. Билорус [3], О.А. Гришнова [4], Э.М. Либанова [5], И.М. Мыценко [6], С.Е. Сардак [1], В.И. Сарычев [7], А.А. Симахова [8] и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, которым посвящена данная статья. Однако в научных публикациях основное внимание исследователей обращается на направленность, формы и механизмы человеческого развития, но достаточно мало внимания обращается на проблему обеспечения его безопасности, что и обуславливает необходимость продолжения дальнейших исследований в данном направлении.

Формулирование целей статьи (**постановка задания**). Цель статьи заключается в исследовании теоретико-прикладных аспектов безопасности человеческого развития на макро- и глобальном уровнях.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Человеческое развитие на международном уровне освещается концептуальными разработками ПРООН, которая использует собственную методологию исследования, осуществляет мониторинг и публикует доклады (табл. 1).

В основе измерения качества человеческого развития используются три критерия: продолжительность жизни, образованность, благополу-

чие. Они измеряются агрегированными композитными (сводными) индексами, и главным из них является Индекс человеческого развития (ИЧР) – Human Development Index, который рассчитывается ежегодно для большинства стран. Так, например, в Украине наблюдается положительная динамика уровня человеческого развития, но с 2015 г. этот показатель начал снижаться, что вызвано сложной политической ситуацией в стране, а также отсутствием статистических данных по территории АР Крым, а также части Донецкой и Луганской областей. Так, в 2016 г. (всего исследовалось 187 стран) Украина относилась к группе стран с высоким индексом человеческого развития и занимала 84-е место с индексом 0,743 [9–11].

Помимо индекса человеческого развития, существует также ряд других важных показателей для оценки уровня развития стран. Например, Индекс глобальной конкурентоспособности экономик, разработанный организаторами Всемирного экономического форума, который ежегодно рассчитывается для 139 экономик мира на основе группы индикаторов базовых

Таблица 1

Темы докладов о человеческом развитии ПРООН

Год	Тема доклада
1990	Концепция и измерения развития человеческого потенциала
1991	Финансирование развития человеческого потенциала
1992	Глобальные измерения развития человеческого потенциала
1993	участие населения
1994	Новые измерения безопасности человека
1995	Положение женщин и развитие человеческого потенциала
1996	Экономический рост и развитие человеческого потенциала
1997	Развитие человеческого потенциала как средство преодоления бедности
1998	Потребление с точки зрения развития человеческого потенциала
1999	Глобализация с человеческим лицом
2000	Права человека и развитие человеческого потенциала
2001	Использование новых технологий в интересах человеческого развития
2002	Углубление демократии в разрозненном мире
2003	Цели в области развития, сформулированные в Декларации тысячелетия: межгосударственная договоренность об освобождении человечества от нищеты
2004	Культурная свобода в современном многообразном мире
2005	Международное сотрудничество на перепутье: помощь, торговля и безопасность в мире неравенства
2006	Что скрывается за нехваткой воды: власть, бедность и глобальный кризис водных ресурсов
2007/8	Борьба с изменением климата: человеческая солидарность в разделенном мире
2009	Преодоление барьеров: человеческая мобильность и развитие
2010	Реальное богатство народов: пути к развитию человека
2011	Устойчивое развитие и равенство возможностей: лучшее будущее для всех
2012	Гендерное равенство и развитие
2013	Возвышение Юга: человеческий прогресс в многообразном мире
2014	Обеспечение устойчивого прогресса человечества: уменьшение уязвимости и формирования жизнестойкости
2015	Работа во имя человеческого развития
2016	Человеческое развитие для всех и каждого

требований, повышения эффективности, инновационности и публикуется в форме «Глобального отчета о конкурентоспособности».

Индекс экономической свободы стран разрабатывается фондом The Heritage Foundation и изданием Wall Street Journal и формируется из 10 индикаторов, таких как: уровень свободы бизнеса, уровень свободы торговли, уровень фискальной свободы, степень зависимости экономики от правительства, уровень монетарной свободы, уровень инвестиционной свободы, уровень финансовой свободы, право на частную собственность, уровень свободы от коррупции, уровень свободы рынка труда.

Экологический индекс EPI (Environmental Performance Index) формируется Центром по экологическому законодательству и политике Йельского университета вместе с Колумбийским университетом (США) для 163 стран мира на основе учета двух категорий экологической политики верхнего уровня (Environmental health – санитарного состояния окружающей среды и Ecosystem vitality – жизнеспособности экосистемы), 10 экологических индикаторов среднего уровня и 25 индикаторов нижнего уровня. Этот индекс определяет способность страны защищать свою окружающую среду как в настоящее время, так и в долгосрочной перспективе.

Индекс качества жизни разработан Международной организацией International Living, формируется с помощью девяти индикаторов: стоимость жизни людей, отдых и культура людей, состояние экономики страны, состояние окружающей среды страны, свобода людей, здоровье людей, состояние инфраструктуры, риски и безопасность жизни, климатические условия.

Международный индекс счастья (англ. Happy Planet Index) отражает благосостояние людей и состояние окружающей среды в разных странах мира. Он был предложен New Economics Foundation (NEF) в июле 2006 г. для отображения «реального» благосостояния наций. Для расчета этого индекса используются три показателя: субъективная удовлетворенность жизнью, ожидаемая продолжительность жизни и так называемый «экологический след».

Также существуют многочисленные индикаторы измерения устойчивого развития [12].

В странах существуют свои системы измерения уровня человеческого развития, основанные на собственных методологических подходах, которые учитывают природные, биологические, технические, экономические, социальные и управленческие особенности. Например, в Украине разработана «Методика измерения регионального человеческого развития» [5]. В Киргизии используют нестандартный метод расчета ИЧР для различных по ландшафту территорий, когда оценка не привязана к административному делению страны и определяются общие черты развития территории, принадлежащей к одной высотной зоне. В Монголии был рассчитан ИЧР

отдельно для сельского и городского населения, а также отдельно для крупных городов и маленьких провинций. Результаты сравнивают с ИЧР стран, не имеющих выход к морю, и стран с переходной экономикой. В докладе 2005 г. в Индии расчет ИЧР проводили отдельно по полу, различными кастами и региону проживания. В докладе 2012 г. Польша представила новый способ измерения человеческого развития. Согласно этому методу расчета, состояние здоровья оценивается такими показателями, как продолжительность жизни при рождении и уровень смертности от сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний, которые являются одной из самых частых причин преждевременной смерти населения. Как считают эксперты, дополнительный индекс отражает как влияние образа жизни и окружающей среды на состояние здоровья граждан, так и уровень медицинского обслуживания [13].

Рассматривая международный опыт расчета ИЧР, необходимо принять во внимание методологические подходы к оценке межрегиональной неравномерности уровня человеческого развития в Европейском Союзе. В 2014 г. в докладе о региональном ИЧР в странах ЕС был представлен ряд индикаторов, благодаря которым стало возможным сравнение человеческого развития среди регионов в пределах стран, имеющих общие исторические, культурные и экономические особенности [13].

В данной связи важным аспектом, который требует рассмотрения, является безопасность человеческого развития. Для оценки уровня безопасности человеческого развития необходимо исследование ряда показателей по всем определенным аспектам безопасности. Отбор данных показателей является достаточно сложной задачей, поскольку существующая статистическая информация имеет ограниченный перечень данных, которые бы характеризовали уровень человеческого развития в разных сферах.

Например, в сфере социальной безопасности четко не определены основные ее элементы и направления. Анализируя проблемы социальной безопасности, ученые рассматривают различные стороны социально-экономической жизни, социально-трудовые отношения, условия труда, социальную защиту, социальную политику в целом. При этом анализируются угрозы, возникающие в социальной сфере, и обосновываются пути и меры, которые предупреждают или обеспечивают снижение угроз и их ликвидацию.

Еще одно направление исследований ученых, которое имеет непосредственное отношение к безопасности человеческого развития, связано с безопасностью жизнедеятельности человека. Этот далеко не новое научное направление, которое исследует возможности безопасного существования человека (условия и охрана труда, предотвращение или минимизация угроз жизни и здоровью человека и общества, охрана окружающей природной среды, охрана здоровья населения и прочее) [6].

Методологической основой исследования безопасности человеческого развития служат и разработки ПРООН. Основные принципы концепции безопасности человеческого развития изложены в докладе ПРООН о развитии человека за 1994 г. Они в большей степени касаются личностного уровня безопасности человеческого развития, поскольку речь идет о безопасности человека. Концепция выделяет семь основных аспектов безопасности человека: экономическая безопасность; продовольственная; экологическая безопасность; безопасность для здоровья; личная безопасность; политическая безопасность; общественная и культурная безопасность [2, с. 136–137].

26 октября 2017 г. в ООН презентован новый показатель – «Женщины, мир и индекс безопасности» (Women, peace, and security index) [14]. Данный Индекс разработан Институтом по вопросам женщин, мира и безопасности Джорджтаунского университета (Georgetown Institute for Women, Peace, and Security) и Институтом исследований вопросов мира в Осло (Peace Research Institute Oslo). Событие модерировала Мелани Вервир, бывший специальный посол Барака Обамы по гендерным вопросам.

Индекс отражает три измерения: включение, справедливость и безопасность, которые измеряются с использованием общедоступных данных. Презентованный Индекс измеряется на уровне семьи, общины и общества. На уровне семьи – это процент женщин, подвергшихся в течение жизни физическому или сексуальному насилию от интимного партнера. На уровне общины – это процент женщин в возрасте 15 лет и старше, которые сообщают, что «чувствуют себя безопасно ходить в одиночестве в городе или районе, где вы живете». На уровне общества – это общее количество боевых погибших от конфликтов на 100 тыс. населения.

Страны с лучшими показателями индекса: Исландия, Норвегия, Швейцария, Словения, Испания, Финляндия, Канада, Нидерланды, Швеция, Бельгия, Сингапур, Дания, Германия, Великобритания.

Страны с худшими показателями индекса: Сирия, Афганистан, Йемен, Пакистан, Центральноафриканская Республика, Конго, Ирак, Мали, Судан, Нигерия, Ливан, Камерун, Чад.

Украина занимает 103-е место из 153 стран (со значением 0,646 от максимального 1,000). Для сравнения: бывшие советские и социалистические соседи занимают следующие места: Эстония (23), Польша (28), Литва (32), Латвия (34), Беларусь (37), Казахстан (45), Грузия (53), Россия (55), Кыргызстан (74), Таджикистан (75), Туркменистан (80), Армения (100), Азербайджан (113).

Самая проблемная ситуация в Украине с такими компонентами, как безопасность на общественном уровне. Поскольку в Донбассе продолжают боевые действия, то по этому показателю Украина – худшая в регионе стран

Центрально-Восточной Европы и Центральной Азии. Кроме того, в Украине один из самых низких показателей вовлеченности женщин в парламент (12%). Лишь 52% женщин имеют счет в банке (в Эстонии – 98%), 56% женщин – работают на оплачиваемой работе (в Азербайджане – 67%). Также в Украине присутствуют дискриминационные нормы в отношении женщин [14].

Вместе с тем необходимо рассматривать еще один важный аспект безопасности человека – безопасность образовательно-культурного развития, которая проявляется в доступности качественного образования, возможностях интеллектуального и культурного развития. Это способствует развитию качественных характеристик человека. В условиях перехода к экономике знаний образовательный, интеллектуальный, культурный уровень человека имеет исключительное значение как для возможностей обеспечения его благосостояния, социального статуса и социального удовлетворения, так и для возможностей экономического роста и конкурентоспособности страны.

Исследователи проблем безопасного развития человека отмечают, что вложение ресурсов в обеспечение образования, здравоохранения, питания и материального благосостояния является ключевым элементом развития человека [4]. Развитие человека означает гарантированное соблюдение его прав: как гражданина демократического общества, который может участвовать в принятии решений; как представителя меньшинств, который имеет право исповедовать собственные религиозные убеждения и придерживаться своих обычаев; как экономического субъекта, способного реализовывать коммерческие инициативы; как потребителя, имеющего доступ к информации о вредных продуктах и неадекватных услугах и защищенного от этого; как биологического субъекта среди жизнедеятельности.

В XXI в. повышается необходимость исследования путей нивелирования негативных последствий разворачивания глобальных проблем человеческого развития, потому что к традиционно признанным глобальным общественным угрозам, таким как опасность разрушения планеты, изменение природных условий, ухудшение экологии, загрязнение окружающей природной среды, незащищенность человека, невозможность предсказания угрожающих явлений и т. п., начинают добавляться новые глобальные угрозы, сформированные прошлыми и современными поколениями (демографические, миграционные, культурные, нехватка ресурсов, диспропорции экономического развития стран, угроза глобальной войны, терроризм, проблемы человека, общественное неравенство, распространение новых болезней и т. п.). Таким образом, можно выделить ряд глобальных проблем обеспечения безопасности человеческого развития и предложить направления по их решению (табл. 2).

Таблиця 2

Обеспечение безопасности человеческого развития

№	Глобальная проблема	Описание глобальной проблемы	Направления решения глобальной проблемы
1.	Концептуальная неопределенность роли и ценности человеческих ресурсов	Взгляды на содержание, роль и ценность человека в обществе испытывали и продолжают испытывать эволюционную трансформацию в зависимости от формации, типа экономической системы, религии, идеологии, политического, социально-культурного и экономического положения в стране или регионе и социально-экономического статуса конкретной личности. (Например, стоимость человеческой жизни граждан в развитых странах на порядки превышает данный показатель в развивающихся странах.)	Разработать глобальную методологию оценки стоимости жизни, методологию определения роли и значимости человека в общественных отношениях, а также компенсационные механизмы человеческого развития и саморазвития
2.	Отсутствие глобальной модели взаимоотношений человека и окружающей среды	Неопределенными вопросами являются определение истоков формирования человечества, структуры глобального мира и будущего общества. Это обуславливает наличие различных мировоззренческих моделей и механизмов взаимоотношений человека и природы, развертывание антропогенного и техногенного воздействия на среду жизнедеятельности, сфер размещения и форм защиты от стихий. (Например, по состоянию экологии, человечество уже вошло в «точку невозврата», ухудшение окружающей природной среды составляет 2 млрд. человек, ежегодно в мире от климатических катастроф страдает 260 млн. человек и из них погибает около 150 тыс.)	Активизировать научные исследования в области концептуального определения глобальной модели человеческого развития. Обнародовать научные результаты и учитывать их в нормативно-правовом поле и управлении. Оптимизация международного законодательства и его имплементация в странах и территориях.
3.	Деструкции в общественных отношениях	Изменилась концепция отношения к организации жизни и трудового процесса, трансформируется роль государства и международных организаций, формируется «общество потребления», обостряются проблемы социализации, коммуникаций, координации, образования и воспитания, усиливается атомизация и маргинализация, распространяются деструктивные формы поведения и вредные привычки. (Например, ТНК контролируют более 50% мирового промышленного производства, 67% международной торговли, более 80% патентов и лицензий на новую технику, технологии и ноу-хау, почти 90% прямых иностранных инвестиций. Вследствие транснационализации среди 100 крупнейших национальных экономик мира только 60 были экономически суверенными от ТНК. Глобальным фактором риска для здоровья сейчас уже идентифицируются неинфекционные или хронические заболевания, от которых ежегодно умирают 38 млн. человек. Четырьмя главными глобальными болезнями до 2030 г. будут ишемическая болезнь сердца, цереброваскулярная болезнь, рак легких и диабет. Почти 2,1 млрд. страдающих ожирением, в то время как ежегодно образуются 3 млрд. т пищевых отходов. В мире 193 млн. безработных. Коррупция, взяточничество, хищения и уклонения от уплаты налогов обходятся развивающимся странам в 1,26 трлн. долл. США.)	Сформировать стратегические ориентиры и механизмы, которые обеспечат позитивное направление глобального человеческого развития.

(Закінчення таблиці 2)

№	Глобальна проблема	Описание глобальной проблемы	Направления решения глобальной проблемы
4.	Дисбаланс численности человеческих ресурсов	Констатируются общий рост численности населения мира, а также региональные диспропорции его размещения по странам и внутригосударственные процессы урбанизации. (Например, в начале 2017 г. население составляло около 7,5 млрд. человек и до 2030 г. ожидаются текущие темпы роста до 9 млрд. Современную региональную демографическую структуру составляют: Азия – 56,6%, Африка – 15,3%, Америка – 13,5%, Европа – 14,1%, Австралия и Океания – 0,5% населения. В 1950 г. горожан было 30%, сейчас более 50% проживает в городах, а в 2050 г. в городах будет жить 70% человечества.)	Исследовать проблематику роста численности человеческих ресурсов и их территориального размещения. Разработать программу ресурсного обеспечения имеющегося и будущего объема человеческих ресурсов и преодоления негативных экстерналий.
5.	Асимметрии качества жизни человеческих ресурсов	Наблюдаются диспропорции развития человеческих ресурсов по состоянию здоровья, продолжительности жизни, расходам и доходам, образованности и т. п. (Например, примерно половина населения мира живет на сумму, эквивалентную 2 долл. США в день. На долю самого богатого 1% населения приходится более половины мирового богатства, три самых богатых человека Земли имеют капиталы, которые превышают состояние 47 беднейших стран мира, 1 млрд. не имеют доступа к чистой питьевой воде, 1,6 млрд. живут без электричества, 3 млрд. лишены надлежащих средств санитарии, 795 млн. человек недоедают, из них 281 млн. голодает, около 1 млрд. человек неграмотные, 836 млн. живут в условиях абсолютной бедности с доходом менее 1,25 долл. США в день.)	Разработать механизмы уменьшения асимметрии качества жизни человеческих ресурсов, за счет активизации позитивистских принципов в человеческом развитии (справедливости, уважения, добросовестности и т.п.).
6.	Уничтожение человеческих ресурсов	Человеческие жертвы возникают вследствие войн, вооруженных конфликтов, терроризма, геноцида, уголовных убийств, теневой трансплантологии, похищения или пропажи людей, а также самоубийств. (Например, во Второй мировой войне погибло 60-65 млн. человек. Во втором десятилетии XXI века ежегодно исчезают 2 млн. человек, кончают жизнь самоубийством более 800 тыс., от терроризма погибают 1,1 тыс. человек.)	Сокращение масштабов уничтожения человеческих ресурсов путем оптимизации коммуникационных процессов, качества образования и пропаганды, а также эффективности действий военных и гражданских структур.
7.	Техногенное деструктивное влияние на человеческие ресурсы	Негативное влияние на людей оказывают некачественные и генномодифицированные продукты питания, техника, транспортные средства, лекарства, алкоголь, табак, вредные производственные условия, аварии, несчастные случаи и тому подобное. (Например, ежегодные причины смертей: ишемической болезни сердца – 7,3 млн., злоупотребление табаком – 6,4 млн., инсульт – 6,2 млн., злоупотребление алкоголем – 3 млн., из них 500 тыс. приходится на Россию, ожирение – 2,8 млн., несчастные случаи на производстве – 2,3 млн., СПИД – 2,1, диарея – 1,9, дорожно-транспортные происшествия – 1,3, туберкулез – 1 млн. человек.)	Активизация научных исследований и применения технологий в сфере обеспечения позитивного развития человеческих ресурсов.
8.	Насильственные действия над людьми	Насильственные действия состоят из угроз и прямого насилия во время конфликтов, рабства и эксплуатации, издевательства на производстве и в семьях. (Например, в конце 2014 г. в мире насчитывалось 60 млн. беженцев и временных переселенцев. Сейчас физическому или сексуальному насилию подвергается каждая третья женщина. В 2016 г. во всем мире было 45,8 млн. рабов в 167 странах.)	Повышение степени ответственности за совершение насильственных действий над людьми. Активизация превентивных мер противодействия насилию.

Источник: составлено авторами по данным [1; 12; 15-22]

Выводы из этого исследования и перспективы дальнейших исследований в этом направлении. Анализируя современные теоретико-прикладные аспекты обеспечения безопасности человеческого развития, можно

сделать вывод о наличии методологических основ, разработанных международными и национальными структурами, требующих дальнейшей оптимизации в концептуальной и прикладной сферах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Сардак С.Е. Глобальная регуляторная система развития человеческих ресурсов: дис. ... д-ра эк. наук: 08.00.02; ДНУ им. О. Гончара. Д., 2013. 586 с.
2. Биктимирова З.З. Безопасность в концепции развития человека / З.З. Биктимирова. *Общественные науки и современность*. 2002. № 6. С. 135–142.
3. Билорус О.Г., Маслова-Лисичкина Н. Глобализация развития и социальная безопасность. *Вече*. 2001. № 5. С. 22–44.
4. Гришнова О.А. Человеческое развитие: учеб. пособ. К.: КНЕУ, 2006. 308 с.
5. Либанова Э.М. Методика измерения уровня регионального человеческого развития. URL: https://www.idss.org.ua/ukr_index/Metodika_ua.pdf.
6. Мыценко И.М. Безопасность жизнедеятельности: организационно-экономические и социальные аспекты управления. Донецк: ИЭП НАН Украины, 2004. 380 с.
7. Сарычев В.И. Человеческое развитие в системе государственного регулирования: методология и практика: дис. ... докт. экон. наук: 08.00.03 «Экономика и упр. нац. хоз-вом»; НИЭИ. Киев, 2016. 40 с.
8. Simakhova A. Economy socialization as a factor in solving modern global problems. *European Journal of Management Issues*. 2018. № 26(1–2). P. 48–54.
9. Доклад о человеческом развитии 2010. URL: <http://hdr.undp.org>.
10. Доклад о человеческом развитии 2015. URL: <http://hdr.undp.org>.
11. Доклад о человеческом развитии 2016. URL: <http://hdr.undp.org>.
12. Анализ устойчивого развития – глобальный и региональный контексты: монография / Междунар. научный совет (ICSU) и др.; науч. рук. М.З. Згуровский. К.: НТУУ КПИ, 2010. Ч. 1. 252 с.
13. European Commission (2014). The EU Regional Human Development Report, JRS Science and Policy Reports, Luxembourg, Publication Office of the European Union.
14. Women Peace and Security Index / Georgetown institute for Women, Peace and Security Index. URL: <https://giwps.georgetown.edu>.
15. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование: монография / Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.; под науч. ред. профессоров Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. К.: КНЭУ, 2013. 466 с.
16. Всемирная организация здравоохранения. URL: <http://www.who.int/ru>.
17. Кузнецов А. Страна в объятиях транснационального капитала. *Foreign Affairs chronicles*. 2013. № 1. С. 146–152.
18. Самофалов В. Глобальный вызов транснациональных корпораций. *Зеркало недели*. 2009. № 37. С. 2–3.
19. Сиденко С.В. Неэкономические факторы мирового экономического развития. М.: Аврора-Принт, 2011. 234 с.
20. Future State 2030. (2014). The global megatrends shaping governments. KPMG. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2014/02/future-state-2030-v3.pdf>. Title from screen.
21. Global factors which influence the directions of social development / S. Sardak, M. Korneyev, A. Simakhova, O. Bilskaya. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. № 15(3). P. 323–333.
22. Walk Free Foundation. URL: <http://www.walkfreefoundation.org>. Title from screen.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.2.026

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ НА РІВНІ МУНІЦИПАЛЬНИХ БЮДЖЕТІВ

TRENDS OF DEVELOPMENT OF BUDGET RELATIONS IN UKRAINE ON THE LEVEL OF THE LOCAL BUDGETS

Боровик П.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва

Колотуха С.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Костенко С.С.

магістрант,
Уманський національний університет садівництва

Порівняння вітчизняної та зарубіжної практики бюджетних відносин на рівні бюджетів муніципалітетів продемонструвало, що для вирішення значної частини проблем місцевих бюджетів необхідно: повернутися до порядку розподілу мобілізованого податку на доходи фізичних осіб, який передбачав, що 75% сплачених сум податку залишаються в розпорядженні бюджетів сіл, міст районного та обласного підпорядкування, а також районів, 25% – в обласних бюджетах та 50% – в бюджеті м. Київ; розширити повноваження місцевих громад стосовно запровадження нових місцевих податків і зборів та їх адміністрування; запровадити обов'язкові внески на охорону здоров'я в екологічно неблагополучних районах; стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу шляхом розроблення і впровадження місцевих бюджетних програм їх підтримки; заборонити використання в Україні субвенцій та обмежити використання трансфертів інших видів.

Ключові слова: місцеві бюджети, доходи місцевих бюджетів, місцеві податки, міжбюджетні трансферти, децентралізація бюджетних ресурсів.

Сравнение отечественной и зарубежной практики бюджетных отношений на уровне бюджетов муниципалитетов продемонстрировало, что для решения значительной части проблем местных бюджетов необходимо: вернуться к порядку распределения мобилизованного налога на доходы физических лиц, который предусматривал, что 75% мобилизованных сумм налога остаются в распоряжении бюджетов сел, городов районного и областного подчинения а также районов, 25% – в областных бюджетах и 50% – в бюджете г. Киев; расширить полномочия местных общин по внедрению новых местных налогов и сборов и их администрированию; ввести обязательные взносы на здравоохранение в экологически неблагополучных районах; стимулировать развитие малого и среднего бизнеса путем разработки и внедрения местных бюджетных программ их поддержки; запретить использование в Украине субвенций и ограничить использование трансфертов других видов.

Ключевые слова: местные бюджеты, доходы местных бюджетов, местные налоги, межбюджетные трансферты, децентрализация бюджетных ресурсов.

Comparison of domestic and foreign practices of budget relations at the level of municipal budgets has shown that in order to solve a significant part of local budgets' problems it is necessary to do the following: to return to the order of the mobilized personal income tax distribution, which provided that 75% of the paid amounts of tax remain at the disposal of the budgets of villages, cities of district and regional subordination as well as the districts, 25% – in the regional budgets and 50% – in the budget of Kyiv city; to expand the powers of local communities regarding the introduction of new local taxes and fees and their administration; to introduce obligatory contributions on health care in environmentally unsuccessful areas; to stimulate the development of small and medium businesses by developing and implementing the local budget programs for their support; to prohibit the use of subventions in Ukraine and to restrict the use of transfers of other types.

Key words: local budgets, local budget revenues, local taxes, intergovernmental transfers, decentralization of budget resources

Постановка проблеми. Незважаючи на децентралізаційні процеси, що активізувалися в Україні в останні роки, сучасний стан формування доходів та фінансування витрат вітчизняних місцевих бюджетів далекий від досконалості. Варто зазначити, що сучасні проблеми бюджетних відносин в Україні зумовлені тим, що донедавна вони базувалися на принципах бюджетного унітаризму, а тому реформовані бюджетні відносини ґрунтуються на засадах децентралізації не повною мірою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зв'язку з цим необхідно зауважити, що проблеми формування доходів та фінансування витрат вітчизняних бюджетів не могли залишитися поза увагою дослідників фінансово-економічних явищ та процесів. Зокрема, вивченню недоліків механізмів функціонування державного та місцевих бюджетів та розподілу фінансових ресурсів, мобілізованих державою, між бюджетами всіх рівнів присвячено праці знаних як вітчизняних, так і зарубіжних учених, серед яких на особливу увагу заслуговують наукові здобутки В. Андрущенка [1; 2], Д. Боголепова [3], О. Василика [4], О. Кириленко [1; 2; 5], В. Лебедева [6], В. Оутса [7], Ч. Тібо [8], В. Федосова та С. Юрія [9], Л. Якобсона [10].

Виділення не вирішеної раніше частини загальної проблеми. Поряд із цим варто відмітити, що в наукових публікаціях з цього приводу недостатня увага приділялася вибору шляху подальшого розвитку бюджетної системи України.

Перелічене зумовлює необхідність подальших пошуків шляхів розвитку вітчизняних бюджетних відносин, що й було першопричиною цієї публікації.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення методологічних підходів до формування системи бюджетних відносин на основі порівняльного аналізу особливостей чинних бюджетних механізмів в Україні та деяких інших країнах світу і на цій основі розроблення рекомендацій щодо впровадження кращих елементів іноземних бюджетних систем у вітчизняну практику.

У статті використано економіко-статистичні методи дослідження, зокрема монографічний, табличний, графічний методи та метод порівняння.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основою для вибору тієї чи іншої моделі бюджетних відносин, особливостей та механізмів розподілу бюджетних ресурсів між державою та бюджетами місцевих громад для кожної конкретної країни є потенціал її муніципалітетів щодо забезпечення видаткових частин їхніх бюджетів власними фінансовими ресурсами, тобто чинник фіскальної самодостатності.

Самодостатність органів місцевого самоврядування на практиці проявляється у наявності власних фінансових ресурсів та їх достатності для виконання муніципалітетами функцій і повноважень, визначених законодавством. Поряд із цим ключовою проблемою для вітчизняних місцевих бюджетів є низька частка їхніх витрат у загальній сумі видатків консолідованого бюджету, що не дає змогу муніципалітетам належним чином фінансувати навіть мінімально-необхідні потреби місцевих громад.

Зокрема, як свідчать результати дослідження, витрати місцевих бюджетів в Україні становлять у 2010 р та в 2013–2014 рр. менше 1/4 а в 2011 р. та в 2015–2016 рр. лише близько 1/5 від загальної суми видатків зведеного бюджету (табл. 1).

Водночас у більшості країн Європейського співтовариства, курс на інтеграцію з яким останнім часом незмінно декларує наша держава, дещо інша структура розподілу видатків між місцевими бюджетами та державною казною. Зокрема, в значній частині країн Європи частка витрат бюджетів місцевих громад у структурі їхніх бюджетних видатків становить близько 1/3, а в Швеції, Фінляндії та Данії – більше 45% від загальних видатків консолідованих бюджетів цих країн [14].

Таблиця 1

Динаміка видатків місцевих бюджетів та їх питомої ваги у витратах зведеного бюджету України [11; 12; 13]

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Загальна сума видатків зведеного бюджету України, млрд. грн	330,9	416,6	492,5	442,8	455,9	652,0	782,7
З них:							
– видатки місцевих бюджетів (без трансфертів), млрд. грн	80,5	86,5	100,8	105,2	101,1	120,5	170,6
– видатки місцевих бюджетів за рахунок власних джерел доходів (місцевих податків і зборів), млрд. грн	0,8	2,5	5,5	7,3	90,1	100,1	150,4
Частка видатків місцевих бюджетів (без трансфертів) у загальній сумі витрат зведеного бюджету, %	24,3	20,8	20,5	23,7	22,2	18,5	21,7
Частка видатків місцевих бюджетів за рахунок власних джерел доходів у загальній сумі витрат зведеного бюджету, %	0,2	0,6	1,1	1,6	19,8	21,9	19,2

Крім структури видатків зведеного бюджету, важливим показником рівня самодостатності місцевих бюджетів є питома вага в ній регульованих доходів.

При цьому результати дослідження демонструють, що місцеві бюджети в Україні значною мірою формуються насамперед не за рахунок власних та закріплених джерел їхніх доходів, а за рахунок міжбюджетних трансфертів (табл. 2).

Так, показники, розраховані авторами в табл. 2, показали, що, незважаючи на децентралізаційні процеси стосовно перерозподілу бюджетних ресурсів, частка міжбюджетних трансфертів з державної казни у доходній базі місцевих бюджетів України з року в рік зростає та за період 2010–2016 рр. зросла на 18%, опередивши за своїм фактичним розміром сукупну величину всіх інших джерел доходів бюджетів муніципалітетів.

Зовсім інші показники структури доходів місцевих бюджетів – у країнах із розвинутою ринковою економікою. Зокрема, в значній частині країн із ринковою моделлю фінансових відносин у суспільстві власні джерела доходів бюджетів місцевих громад становлять більше половини їх доходної бази. Крім того, в Іспанії, Австрії та Швейцарії власні доходи місцевих бюджетів формують понад 80% а в США, Ісландії та Люксембурзі – понад 90% джерел їхніх доходів [15, с. 11.].

Важливим показником рівня самодостатності місцевих бюджетів є також структура регульованих доходів цих складників бюджетної системи. У зв'язку з цим, варто зазначити що регульовані доходи місцевих бюджетів в Україні переважно формуються за рахунок субвенцій (табл. 3).

Зокрема, результати аналізу структури регульованих доходів вітчизняних місцевих бюджетів, наведені авторами в табл. 3, показали, що частка субвенцій в регульованих доходах місцевих бюджетів в 2010 р. 43,1%. Крім того, в період 2011–2014 рр. питома вага субвенцій в структурі отриманих вітчизняними муніципалітетами міжбюджетних трансфертів становила майже половину, а в 2015–2016 рр. – понад 95%.

Дещо іншими є структура регульованих доходів місцевих бюджетів в окремих країнах світу. Зокрема у Франції, Швеції, Литві, Німеччині (на рівні бюджетів общин), Бельгії, Нідерландах та Чехії порівняно незначною є роль субвенцій

в процесах регулювання доходної спроможності місцевих бюджетів. З іншого боку, в таких країнах, як Росія, Польща та Латвія в структурі міжбюджетних трансфертів, що надходять до бюджетів місцевих громад лівову частку займають субвенції, що відповідає вітчизняній практиці вирівнювання доходної бази місцевих бюджетів [14, р. 136–137].

Варто зазначити, що положення бюджетного законодавства як України, так і багатьох інших країн передбачають, що для бюджетів, які отримують міжбюджетні трансферти, суттєве значення має вид трансфертних платежів.

Зокрема, для муніципалітетів негативною є практика використання під час бюджетного вирівнювання субвенцій, оскільки нормативно-правовими актами з цього приводу як в Україні, так і в більшості країн світу передбачено їх використання з певною метою та в порядку, визначеному тим органом, який прийняв рішення про надання субвенції [16, с. 156; 14, р. 103]. Тому слід зазначити, що саме субвенції є видом міжбюджетних трансфертів, що найбільш обмежують фінансову свободу місцевого самоврядування.

Тому застосування переважно субвенцій з метою фінансового вирівнювання доходної бази місцевих бюджетів значною мірою суперечить положенням Європейської хартії місцевого самоврядування [17] та є однією із перепон на шляху подальшої інтеграції нашої країни до Європейського співтовариства.

Враховуючи викладене, використання субвенцій в Україні з метою вирівнювання доходної спроможності місцевих бюджетів наразі є явищем недопустимим. Крім того, в часи фінансової нестабільності, викликаній як розладом світової фінансової системи так і політичною кризою в Україні, використання коштів державної казни з метою збалансування доходної бази місцевих бюджетів, тобто застосування інших видів трансфертів, необхідно суттєво обмежити.

Поряд із цим важливим завданням для держави наразі є підвищення рівня самодостатності муніципалітетів. Реальним шляхом досягнення цієї мети може бути реформування системи місцевих податків та платежів, насамперед через посилення їх фіскального значення у доходах бюджетів місцевих громад.

Таблиця 2

Структура доходів місцевих бюджетів України за їх видами, % [12; 13]

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Власні та закріплені доходи	50,9	47,7	44,7	47,6	43,6	40,1	32,9
Регульовані доходи (міжбюджетні трансферти з державного бюджету)	49,1	52,3	55,3	52,4	56,4	59,9	67,1

Таблиця 3

Структура регульованих доходів місцевих бюджетів України, % [12; 13]

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Субвенції	43,1	49,3	51,3	47,1	50,7	95,9	96,5
Регульовані доходи інших видів	56,9	50,7	48,7	52,9	49,3	4,1	3,5

У зв'язку з цим варто зазначити, що реформування в Україні механізму справляння податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, звичайно, позитивно вплинуло на формування дохідної бази місцевих бюджетів.

Поряд із цим окремі зміни до податкового та бюджетного законодавства, що відбулися в Україні, негативно вплинули на рівень фінансової самодостатності муніципалітетів. До таких змін можна віднести зменшення частини податку на доходи фізичних осіб, що надходить до місцевих бюджетів (з 75%, що їх отримували в 2014 р. бюджети сіл, міст районного та обласного підпорядкування та районів, до 60%, з 25% від загальної суми мобілізованого ПДФО, що отримували обласні бюджети, до 15% та з 50%, від мобілізованої суми ПДФО, що їх отримував бюджет м. Київ, до 40%)

Натомість позитивним є те, що з 2015 р. до доходів місцевих бюджетів в Україні відносять акцизний податок з реалізації через роздрібну торговельну мережу алкогольних напоїв, пива та тютюнових виробів, податок на розкішні автомобілі та частину екологічного податку [18].

Погоджуючись із тим, що більшість фіскальних новацій, що стосуються наповнення доходної бази місцевих бюджетів, є досить позитивними, зазначимо, що зменшення частки податку на доходи фізичних осіб у місцевих бюджетах суттєво зменшить розміри їхніх власних та закріплених джерел доходів, а тому може викликати

додаткову потребу вітчизняних муніципалітетів у міжбюджетних трансфертах.

Тому вважаємо, що необхідним нині є повернення до порядку розподілу мобілізованого податку на доходи фізичних осіб, який передбачав, що 75% мобілізованих сум податку залишаються в розпорядженні бюджетів сіл, міст районного та обласного підпорядкування, а також районів, 25% – в обласних бюджетах та 50% – у бюджеті м. Київ.

Підсумовуючи результати аналізу вітчизняної та зарубіжної практики бюджетних відносин на рівні бюджетів муніципалітетів, зазначимо, що практичними шляхами реформування бюджетних відносин в Україні, які дозволять вирішити значну частину сучасних проблем формування доходів місцевих бюджетів, можуть бути такі кроки (рис. 1):

- повернення до порядку розподілу мобілізованого податку на доходи фізичних осіб, який передбачав, що 75% мобілізованих сум податку залишаються в розпорядженні бюджетів сіл, міст районного та обласного підпорядкування а також районів, 25% – в обласних бюджетах та 50% – в бюджеті м. Київ;

- розширення повноважень місцевих громад стосовно запровадження нових місцевих податків і зборів та їх адміністрування;

- запровадження обов'язкових внесків на охорону здоров'я в екологічно неблагополучних районах;

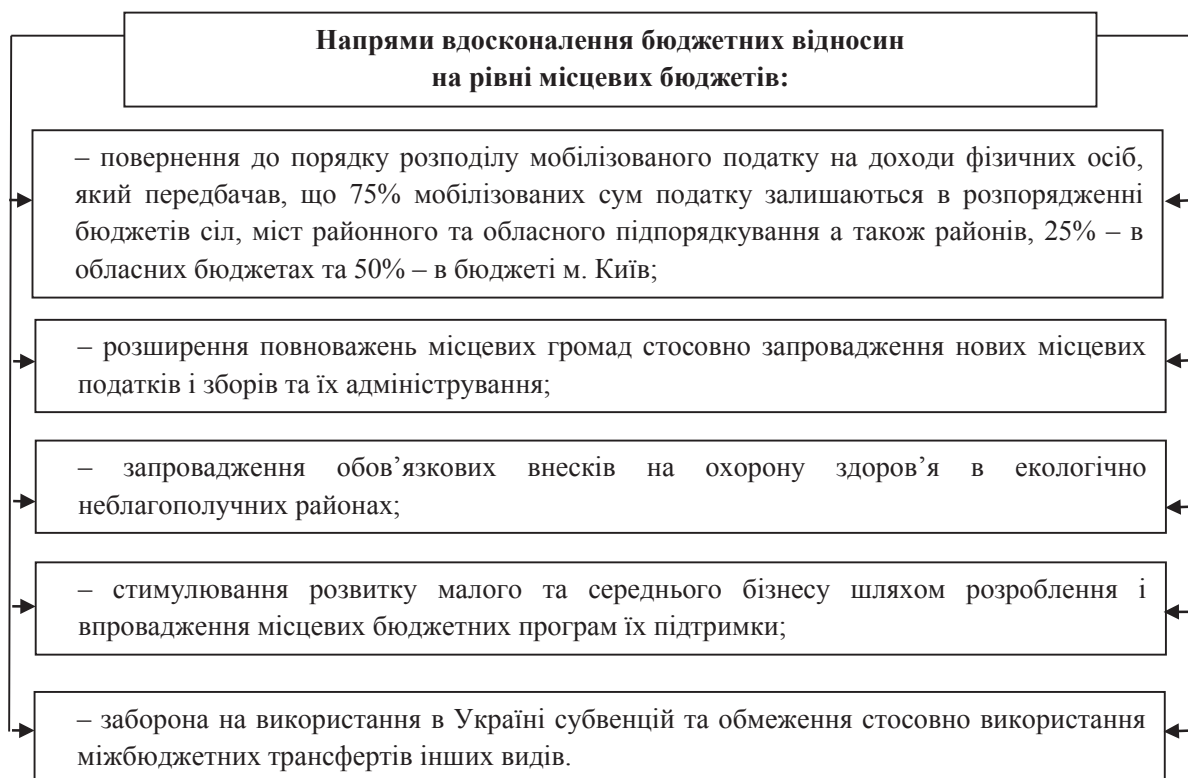


Рис. 1. Напрями вдосконалення бюджетних відносин в Україні на рівні місцевих бюджетів

Джерело: розроблено авторами

– стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу шляхом розробки і впровадження місцевих бюджетних програм їх підтримки;

– заборона на використання в Україні субвенцій та обмеження стосовно використання міжбюджетних трансфертів інших видів.

Зазначені заходи, з одного боку, автоматично та значною мірою підвищать рівень фінансової самодостатності бюджетів муніципалітетів, що повністю відповідає вимогам Європейської хартії місцевого самоврядування та буде черговим кроком не лише на шляху адаптації вітчизняного законодавства до норм бюджетного права країн Євросоюзу, але й на шляху європейської інтеграції України, а з іншого боку, дадуть змогу уникнути загострення соціальної напруги.

Висновки. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, слід відмітити, що, незважаючи на децентралізаційні процеси в Україні, чинний порядок бюджетних відносин на рівні бюджетів місцевого рівня має суттєві недоліки, зумовлені насамперед надмірним рівнем централізації бюджетних ресурсів в державній казні.

Порівняння вітчизняної та зарубіжної практики формування та використання бюджетних ресурсів на рівні бюджетів муніципалітетів переконливо демонструє, що для вирішення значної частини проблем бюджетів місцевого рівня необхідно: повернутися до порядку розподілу мобілізованого податку на доходи фізичних осіб, який передбачав, що 75% мобілізованих сум податку залишаються в розпорядженні бюджетів сіл, міст районного та обласного підпорядкування а також районів, 25% – в обласних бюджетах та 50% – в бюджеті м. Київ; розширити повноваження місцевих громад стосовно запровадження нових місцевих податків і зборів та їх адміністрування; запровадити обов'язкові внески на охорону здоров'я в екологічно неблагополучних районах; стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу шляхом розроблення і впровадження місцевих бюджетних програм їх підтримки; заборонити використання в Україні субвенцій та обмежити використання трансфертів інших видів.

Подальші наукові пошуки в обраному напрямі наукових досліджень слід присвятити кращому зарубіжному досвіду фінансування витрат місцевих бюджетів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрущенко В.Л., Кириленко О.П. Національні схеми бюджетного федералізму. Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. праць. Вип. 26. К.: ВПЦ «Київський університет»; Ін-т. міжнар. відносин. 2001. С. 67–74.
2. Андрущенко В.Л., Кириленко О.П. Федералізм міжбюджетних відносин: зарубіжні моделі та вітчизняні проблеми. Підприємництво, господарство і право. 2001. № 7. С. 91–94.
3. Боголепов Д.П. Краткий курс финансовой науки. Х.: Пролетарій, 1929. 298 с.
4. Василик О.Д. Державні фінанси України. К.: Вища школа, 2004. 685 с.
5. Кириленко О.П. Місцеві фінанси. К.: Знання, 2006. 677 с.
6. Лебедев В.А. Местные налоги. СПб.: Типогр. А.М.Вольфа, 1886. 256 с.
7. Outes W. Fiscal Federalism. N.Y.: Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1972. 412 p.
8. Тібо Ч. Економічна теорія фіскальної децентралізації в публічних фінансах: необхідність, джерела й використання. К.: Знання, 1961. 198 с.
9. Бюджетна система : підруч. за наук. ред. В.М. Федосова, С.І. Юрія. К.: Центр учбов. літератури; Тернопіль: Екон. думка, 2012. 871 с.
10. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора: Основы теории государственных финансов. М.: Аспект Пресс, 2009. 319 с.
11. Сунцова О.О. Особливості організації формування доходної бази місцевих бюджетів. Держава та регіони. Серія: Державне управління. 2011. № 2. С. 87–91.
12. Бюджетний моніторинг за 2013 рік. База даних Матеріали Міністерства фінансів України / Міністерство фінансів України. URL: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id_2014_&cat_id_71374.pdf (дата звернення: 26.08.2018).
13. Бюджетний моніторинг за 2016 рік. База даних Матеріали Міністерства фінансів України / Міністерство фінансів України. URL: http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id_2017_&cat_id_71394.pdf (дата звернення: 26.08.2018).
14. Local Finance in Europe [ed. by J. Sevilh]. Cheltenham, UK – Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2012. 486 p.
15. Буй Т. Композиційні відмінності фіскального федералізму в країнах з різним бюджетним устроєм. Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. 2013. № 12(1). С. 6–11.
16. Управління фінансовими ресурсами місцевого бюджету Л.Ф. Кондусова, І.І. Нескородєва, І.І. Алексєєнко та ін. Х.: Вид. ХНЕУ, 2011. 289 с.
17. Європейська хартія місцевого самоврядування, ратифікована Законом України № 52/97 – ВР від 15.07.97 року. База даних Верховної Ради України / Верховна Рада України. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=994_036.
18. Про державний бюджет України на 2015 рік : Закон України від 28 грудня 2014 року № 80-VIII. База даних Верховної Ради України / Верховна Рада України. URL: <http://www.golos.com.ua/Article.aspx?id=370429>.

ОСОБЛИВОСТІ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

FEATURES OF AMORTIZATION POLICY ON RAILWAY TRANSPORT

Гаак Н.В.

магістр,

Дніпровський державний технічний університет

Десятерик К.М.

магістр,

Дніпровський державний технічний університет

Островерхова О.І.

магістр,

Дніпровський державний технічний університет

У статті зазначено, що амортизаційна політика залишається недосконалою, бо сформована амортизаційна система не виконує своєї головної функції – не створює зацікавленості підприємців до оновлення основних фондів, впровадження наукових розробок та новітніх технологій у виробництво. На основі аналізу літературних джерел виділено риси, що характеризують термін «амортизація», та уточнено його визначення. Наведено схему ототожнення процесів зносу та амортизації. Показано особливості нарахування амортизації на підприємствах «Укрзалізниці».

Ключові слова: амортизація, оновлення основних фондів, знос, підприємства «Укрзалізниці», метод нарахування амортизації, амортизаційні відрахування.

В статье указано, что амортизационная политика остается несовершенной, поскольку сформированная амортизационная система не выполняет своей главной функции – не создает заинтересованности предпринимателей в обновлении основных фондов, внедрении научных разработок и новейших технологий в производство. На основе анализа литературных источников выделены черты, характеризующие термин «амортизация», и уточнено его определения. Приведена схема отождествления процессов износа и амортизации. Показаны особенности начисления амортизации на предприятиях украинских железных дорог.

Ключевые слова: амортизация, обновление основных фондов, износ, предприятия украинских железных дорог, метод начисления амортизации, амортизационные отчисления.

The article states that the amortization policy remains imperfect, because the formed depreciation system does not fulfill its main function – it does not create the interest of entrepreneurs in updating fixed assets, the introduction of scientific developments and the latest technologies in production. Based on the analysis of literary sources, the features that characterize the term «depreciation» are highlighted and its definition is specified. The scheme of identification of depreciation and depreciation processes is given. The features of accrual of depreciation on Ukrzaliznytsia enterprises are shown.

Key words: depreciation, renewal of fixed assets, depreciation, enterprises of Ukrzaliznytsia, depreciation method, depreciation deductions.

Постановка проблеми. В умовах ринкових відносин залізничний транспорт залишається важливою для економіки країни галуззю. Масивність перевезень, їх відносно низька собівартість, мала енергоємність, висока регулярність і швидкість доставки вантажів та пасажирів, забезпечення своєчасного зв'язку між регіонами й СНД та інші фактори вимагають пильної уваги до роботи транспорту, особливо в сучасних умовах господарювання.

Основні засоби є одним із головних технічних ресурсів господарської діяльності підпри-

ємства. Використання їх вимагає організації нагляду та контролю за їх наявністю і збереженням з моменту придбання до вибуття. В цей період необхідно щомісячно вимірювати розмір вартості, втраченої основними фондами, які повинні включатися у витрати на виробництво. Ефективне використання основних засобів є важливим фактором збільшення випуску продукції з кожної одиниці виробничих фондів.

Амортизація основних засобів – це процес поступового перенесення вартості основних виробничих засобів і нематеріальних активів

з урахуванням витрат на їх придбання, виготовлення або поліпшення згідно з нормами амортизаційних відрахувань, установленими законодавчими актами. Амортизаційні відрахування включаються до складу валових витрат, що беруться для обчислення оподаткованого прибутку.

Найбільша частина амортизаційного фонду залізниць створюється від вартості основних засобів, що використовуються для перевезення вантажів, пасажирів, багажу та додаткових послуг, пов'язаних із перевезеннями.

Нарахування амортизації безпосередньо у виробничих підрозділах залізниць є важливим важелем стимулювання подальшого поліпшення використання основних засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам визначення сутності амортизації та її функцій присвячено праці вітчизняних науковців: А.М. Поддєрьогіна, А.С. Пелиха, В.Й. Бакай, Н.В. Шем'якіної, В.К. Орлової, С.В. Сенчішак, Т.Д. Косової та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Але й досі в сучасній економічній літературі немає єдиного трактування сутності та функцій амортизації.

Нині відсутні чіткі правила (рекомендації) щодо вибору методу амортизації, який був би найкращим для підприємств різних організаційно-правових форм та галузей, об'єктів основних засобів та способів їх використання.

Постановка завдання. Тому метою статті є подальший розвиток підходів щодо обґрунтування необхідності амортизаційної політики на залізницях, а також визначення оптимального методу нарахування амортизації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна успадкувала амортизаційну політику СРСР, а перший самостійний крок у цій сфері відбувся тільки через два роки після здобуття незалежності. Реакцією на галопуючу в країні інфляцію було прийняття Кабінетом Міністрів України (КМУ) 03.08.1993 року Постанови № 596, що передбачала проведення щорічної індексації балансової вартості основних фондів і щоквартальної індексації суми амортизаційних відрахувань [1, с. 31]. Одночасно в 1993–1994 роках підприємства були змушені спрямовувати до державного бюджету 25% нарахованих амортизаційних відрахувань [2, с. 66]. Подібна практика в умовах дефіциту бюджету стала в подальшому стабільною (змінювався лише відсоток амортизаційних відрахувань, які спрямовувалися в бюджет), що викликало неоднозначну, здебільшого негативну, реакцію фахівців [3, с. 84].

Сьогодні основні положення щодо розрахунку амортизації основних засобів або нематеріальних активів зафіксовано в Податковому Кодексі України та Національних положеннях (стандартів) бухгалтерського обліку або Міжнародних стандартів фінансової звітності.

Так, відповідно до ст. 138 Податкового кодексу України від 02 грудня 2010 року № 2755-VI зі змінами та доповненнями, розрахунок амортизації основних засобів або нематеріальних активів для визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток здійснюється відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності з урахуванням деяких обмежень [4].

Амортизаційна політика упродовж багатьох років залишається найслабкішою ланкою економічної політики усіх без винятку урядів незалежної України, оскільки сформована амортизаційна система не виконує своєї головної функції – не створює зацікавленості підприємців до оновлення основних фондів, впровадження наукових розробок та новітніх технологій у виробництво. Амортизаційна політика є однією із головних частин загальної політики управління виробничими витратами на промислових підприємствах, яка полягає в інтенсивності оновлення основних фондів із поступовою експлуатацією їх у процесі виробничої діяльності. Нині на багатьох підприємствах використовується зношуваний виробничий потенціал, який функціонує тільки за допомогою величезних витрат на ремонт. Так, амортизаційна політика не є єдиною причиною такого становища, але її роль у цьому досить велика.

Дослідивши визначення і підходи, що були запропоновані різними вченими, науковцями та економічними течіями, виявили, що фактично жоден з авторів не дає повного, більш поширеного та всеохоплюючого визначення цьому терміну.

Таким чином, враховуючи наявність різних поглядів, розкритих в економічній літературі, та узагальнюючи погляди на окремі сторони амортизації, можна відмітити такі її риси:

1. Амортизація є важливим моментом кругообігу основних засобів.

2. Одні автори ототожнюють поняття «амортизація» з поняттям «амортизаційні відрахування». Але ж амортизація являє собою процес перенесення вартості засобів праці на зовнішній продукт, а амортизаційні відрахування є вартісним вираженням втраченої вартості основних засобів у процесі виробництва продукції та внаслідок їх морального зносу.

3. Амортизація одночасно поєднує риси статей витрат, які зменшують прибуток, та риси статей доходу і при цьому не впливає на рух грошових засобів. У першому випадку амортизація виступає елементом витрат на виробництво, не пов'язаних із відтоком грошових засобів у вигляді амортизаційних відрахувань, які включаються у собівартість виробленої продукції. У другому випадку амортизація являє собою частину виручки від реалізації продукції, яка не приносить додаткового притоку грошових коштів.

4. Завдячуючи амортизації як економічному процесу втрачена вартість основних засобів у процесі виробництва продукції не втрачається, а зберігається, акумулюючись в амортизаційному фонді.

5. Теорія амортизації не повинна протиставляти одну концепцію амортизації іншій. Кожна з них є важливою з погляду забезпечення ефективної заміни засобів праці.

Крім того, узагальнюючи дослідження вітчизняних науковців, можемо погодитися з тим, що в сучасних умовах амортизація виконує дві узагальнюючі функції: податкову (фіскальну) та економічну (рис. 1, 2). Податкова (фіскальна) функція виявляється через визначення амортизації в цілях оподаткування прибутку підприємства. Економічна функція амортизації виявляється через механізм економічної амортизації і полягає в тому, що завдяки амортизації кошти з необоротних активів перетворюються в оборотні.

Основою амортизації є зношення основних засобів. Але поняття зношення і зносу не є ідентичними. Знос – це втрата засобами праці своїх властивостей чи характеристик внаслідок певних обставин, тобто це об'єктивно існуюче явище. Зносу підлягають всі засоби праці, як діючі, так і недіючі, незалежно від їх участі в процесі виробництва (виробничі і невиробничі). Зношення – це економічний процес. Зношення являє собою процес втрати засобами праці своєї вартості. Причиною зношення може бути як фізичний, так і моральний знос.

Досить незрозумілим вважається і те, що більшість фахівців зводять амортизацію до відшкодування зносу основних фондів. Ці поняття різні між собою за змістом та характеристикою. Тому слід виділяти ототожнення таких процесів, як знос та амортизація. І це можна довести до відома всіх за допомогою схеми, яка дасть змогу найбільш наглядно показати різницю між цими двома термінами (рис. 1).

Вагомий компонент амортизаційної політики – метод її нарахування, що може стимулювати оновлення основного капіталу. Сьогодні широкого застосування набули такі чотири її методи: рівномірного нарахування; прискореної компенсації витрат (прискореної амортизації); за сумою років служби (виробничих засобів) і зменшеного залишку [5].

Дослідження показують, що амортизаційна політика в Україні як складова частина податкової й інвестиційно-інноваційної політики не сприяє, а протидіє накопиченню реноваційних ресурсів [5].

Для проведення ефективної амортизаційної політики необхідне, з одного боку, глибоке розуміння економічного змісту амортизації, а з іншого – опанування дієвих інструментів щодо її реформування з урахуванням особливостей стану економіки.

На сучасному етапі особливістю економічної ситуації в Україні є те, що для забезпечення фінансових умов реалізації стратегії зростання необхідним є не так подальше збільшення обсягів амортизаційних відрахувань, як максимальна лібералізація амортизаційної системи, що поля-



Рис. 1. Схема ототожнення процесів зносу та амортизації

гає у наданні можливості підприємствам гнучкого застосування режимів нарахування амортизації, виходячи з обраної інвестиційної.

Основні фонди використовуються протягом ряду виробничих циклів і переносять свою вартість на продукцію поступово. Перенесення на продукцію уречевленої в основних фондах праці виступає у вартісній формі у вигляді амортизаційних відрахувань. Амортизаційні відрахування складаються з відрахувань на заміну вибулих по зносу основних фондів і відрахувань на їх капітальний ремонт. Тому амортизаційні відрахування включають в експлуатаційні витрати і собівартість перевезень не в розмірі планових або фактичних витрат того року, протягом якого дійсно мали місце заміна основних фондів або капітальний ремонт, а в розмірі середньорічного зносу за весь термін служби [6, с. 187].

Амортизаційні відрахування можуть відігравати неабияку роль у розвитку фінансово-кредитних відносин. Такі кошти доцільно зберігати на особливому рахунку підприємства в установах банків, що найбільш раціонально відповідає принципам фінансового менеджменту, особливо в частині відокремленого зберігання

коштів поточного та стратегічного використання. Крім того, як зазначається в зарубіжній літературі, амортизаційні кошти можуть бути використані не за цільовим призначенням у разі банкрутства чи настання кризової ситуації. Таке використання передбачає здійснення продажу коштів загального призначення. Оскільки амортизаційні кошти є коштами винятково цільового призначення, то їх цінність є дещо зниженою. Такий продаж буде здійснюватися з дисконтом. При цьому важливим є те, що амортизаційні кошти не виходять за межі країн.

В економіці залізничних госпрозрахункових підприємств і насамперед в їх фінансах значну роль виконують амортизаційні відрахування.

Зумовлено це не тільки тим, що на залізничному транспорті щорічно в цей фонд відраховуються від отриманих доходів кошти, а й тим значенням, яке мають амортизаційні відрахування в системі планування простого і розширеного відтворення основних фондів і економічного стимулювання їх кращого використання – підвищення фондовіддачі.

Слід назвати чотири форми прояву сутності амортизаційних відрахувань як економічної категорії (рис. 2).

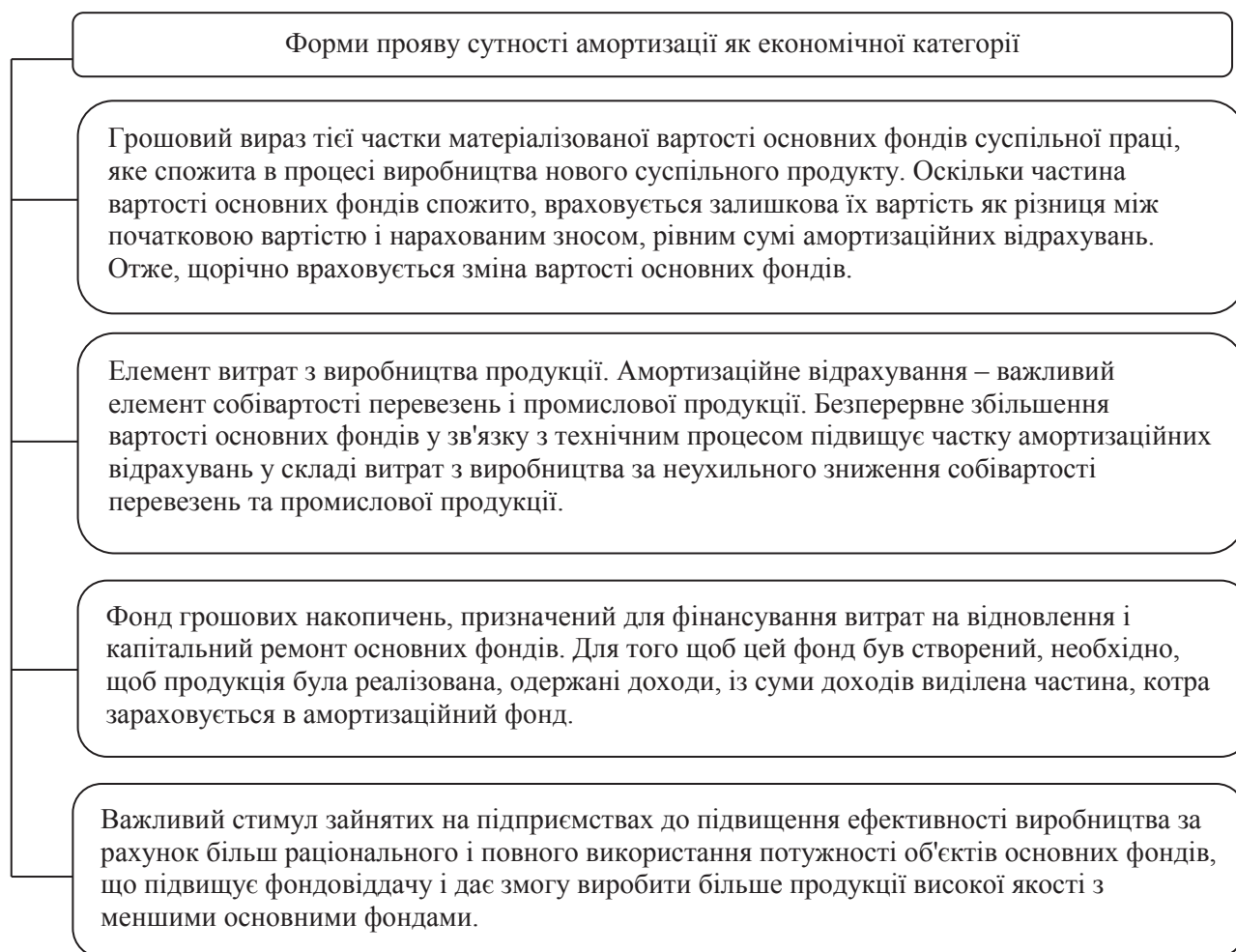


Рис. 2. Форми прояву сутності амортизації як економічної категорії

Для визначення амортизаційних відрахувань на підприємстві, у відділенні дороги, на дорозі та в мережі залізниць необхідно знати середньорічну вартість груп основних засобів і діючі норми амортизаційних відрахувань на заміну та капітальний ремонт по кожній з цих груп. На обладнання та транспортні засоби, що знаходяться в запасі (резерві) і значаться на балансі, нараховується амортизація тільки на повне відновлення (заміну). Нарахування амортизації під час ремонту, а також простою основних фондів не припиняється. Амортизацію основних засобів нараховують самі підприємства, відділення доріг і залізниць. Лише по вантажних вагонах і контейнерах, які обертаються по всій мережі доріг, амортизацію нараховує «Укрзалізниця» в централізованому порядку за діючими нормами, а потім щомісяця розподіляє нараховану суму між дорогами пропорційно парку вантажних вагонів і контейнерів, що знаходяться в розпорядженні залізниць [5].

Величина амортизаційного фонду кожної дороги загалом по мережі доріг складається із сум, нарахованих за всіма видами господарської діяльності та від усіх основних фондів, закріплених за підприємствами та організаціями, що входять в систему залізничного транспорту.

Повне визначення суми амортизаційних відрахувань важливе не тільки для створення цільового грошового фонду, яким є фонд амортизаційних відрахувань, а також і для правильного обліку амортизаційних відрахувань як елемента собівартості продукції госпрозрахункових підприємств і організацій.

Найбільша частина амортизаційного фонду доріг створюється від вартості основних засобів, що використовуються для перевезення вантажів, пасажирів, багажу, пошти та додаткових послуг, пов'язаних із перевезеннями. Правила нарахування амортизації містять елементи контролю за обліком руху та стану об'єктів під час обчислення амортизаційних сум; відображенням у собівартості продукції величини зносу об'єктів основних засобів за діючими нормами амортизації; утворенням і використанням фонду грошових накопичень, призначеного для відновлення і капітального ремонту, а також для часткової модернізації та реконструкції основних засобів. Всі підприємства й організації, що мають на балансі закріплені за ними основні засоби, зобов'язані щомісяця визначати фактичну суму амортизаційних відрахувань, відносити їх на витрати з виробництва перевезень, робіт та послуг і створювати амортизаційний фонд. Середня норма амортизації загалом по дорозі визначається як середньозважена з норм амортизації основних засобів окремих підприємств.

Нарахування амортизації безпосередньо у виробничих підрозділах доріг є важливим важелем стимулювання подальшого поліпшення використання основних засобів. На дорогах із загального правила нарахування та обліку амортизаційного фонду робиться виняток для вантажних вагонів і контейнерів. У зв'язку з

тим, що вантажні вагони, хоча й приписані до окремих вагонів, працюють на всій мережі доріг, суму амортизаційних відрахувань за вантажними вагонами під час складання плану визначають не від вартості інвентарного парку (дороги), що показується в бухгалтерському балансі, а виходячи з розмірів планового робочого парку, необхідного для підвищення заданої кількості вантажних перевезень. Під час розрахунку амортизаційних відрахувань середня вартість одного фізичного вагона обчислюється за даними поточного бухгалтерського обліку вантажних вагонів і контейнерів [7, с. 209].

Сучасна система амортизації основних виробничих фондів має певну низку властивостей, що можуть бути оптимізовані не тільки шляхом зміни діючого податкового законодавства в галузі норм амортизації – у напрямі зменшення коефіцієнтів та інших нормативних показників, а й завдяки реалізації відповідних заходів на підприємстві.

До подібних заходів належать упорядкування черговості ремонтів і відновлення основних фондів за звітний рік.

Дослідження умов амортизації об'єктів відповідно до різних методів її нарахування згідно з вимогами податкового законодавства і стандарту бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» дає змогу визначити економічні наслідки застосування різних методів у межах бухгалтерського обліку на перспективу.

На залізницях знос (амортизація) нараховують щомісячно всі підприємства й організації, що є юридичними особами. Знос нараховується по основних засобах, що знаходяться як в експлуатації, та і в запасі. Нарахування зносу по основних засобах, які є в запасі, покликане економічно стимулювати підприємства відмовлятися від створення зайвих запасів, які не беруть участь у виробництві продукції. До таких суб'єктів на залізницях належать пересувний склад, що знаходиться в резерві «Укрзалізниця» або дороги, устаткування й інше. За час знаходження об'єктів у ремонті і простої знос (амортизацію) нараховують в загальному порядку. По бібліотечних фондах, продуктивній худобі і об'єктах, переведених в уставленому порядку на консервацію, знос не нараховують. Суму зносу (амортизації) розраховують, виходячи з наявності основних засобів на перше число звітності місяця. По об'єктах, що поступили протягом звітного місяця, знос нараховують з першого числа наступного місяця; по об'єктах, що вибули з експлуатації, нарахування зносу припиняють з першого числа місяця, наступного за місяцем вибуття. Аналогічно визначають суму зносу за подальші місяці. Нарахування зносу оформляють відомістю, яка містить первинну вартість основних засобів (або залишкову вартість) і термін використання основних засобів в експлуатації. Шляхом розподілу первинної вартості (нових) основних засобів на плановану кількість років експлуатації визначається річна

сума зносу, а по основних засобах, що знаходяться в експлуатації, річна сума зносу визначається шляхом розподілу їхньої залишкової вартості на кількість років планової експлуатації.

За допомогою бухгалтерських проводок суму зносу (амортизації) включають у витрати виробництва, одночасно фіксуючи перехід частини засобів з основних до складу оборотних коштів. Включення зносу у витрати по видах діяльності підприємства проводиться залежно від місця експлуатації об'єктів основних засобів. Якщо, наприклад, об'єкти експлуатуються в перевізному процесі, то знос (амортизація) проводиться в собівартість перевезень, що в бухгалтерському обліку відображають записом: Дебет рахунку 2312 «Господарство перевезень» – Кредит рахунку 131 «Знос основних засобів». Сума зносу підлягає списанню одночасно із списанням вартості вибулого об'єкта [8, с. 198].

Виходячи з технічних та організаційних особливостей роботи галузі, вантажні вагони та контейнери, приписані до окремих залізниць, враховуються на їх балансі, а працюють на всій мережі залізниць України.

У зв'язку з цим витрати з їх амортизації та ремонту, виконаному залізницями, не є витратами тільки однієї залізниці, а перерозподіляються у такому порядку. Залізниці, на балансі яких обліковуються вантажні вагони і контейнери, нараховують амортизацію і повідомляють її суму у Головне управління вагонного господарства «Укрзалізниця» з одночасним направленням Повідомлень до Головного фінансово-економічного управління «Укрзалізниця» з відображенням у обліку за дебетом субрахунку 682 «Внутрішні розрахунки» і кредитом субрахунку 131 «Знос основних засобів».

Головне управління вагонного господарства «Укрзалізниця» суми нарахованої амортизації розподіляє між залізницями пропорційно їх питомій вазі у розрахунковому парку вантажних вагонів і контейнерів та доводить ці суми залізницям. Розрахунковим парком вантажних вагонів вважають склад (кількість) вагонів, які експлуатуються на залізниці в конкретному періоді (робочий парк), а також несправні вагони та вагони, що знаходяться у запасі. Одночасно Головне управління вагонного господарства «Укрзалізниця» (ЦВ) подає до Головного фінан-

сово-економічного управління (ЦФ) відомість із нарахованих і розподілених сум амортизації для відображення у бухгалтерському обліку і виписки повідомлень залізницям. Суми отриманої від «Укрзалізниці» амортизації відображаються в бухгалтерському обліку фінансово-економічних служб залізниць за дебетом субрахунку 2314 «Вагонне господарство» і кредитом субрахунку 682 «Внутрішні розрахунки». Суть цього методу така, що річна сума амортизації визначається діленням вартості, яка амортизується, на строк корисного використання об'єкта основних засобів. Цей метод відрізняється легкістю розрахунку, вартість об'єкта основних засобів списується рівними частинами протягом усього строку його експлуатації.

Виходячи з цього, можна дійти висновку, що під час застосування прямолінійного методу нарахування амортизації амортизаційна вартість об'єкта списується рівномірно протягом усього терміну його користування (експлуатації)

Висновки. Очевидно, що питання сутності поняття «амортизація» в сучасній науковій економічній думці складне та багатогранне.

Отже, під амортизацією пропонується розуміти комплексну економічну категорію, яка характеризує систематичне поступове перенесення вартості активів унаслідок зносу на готову продукцію з метою акумулювання коштів на відшкодування витрат на їх відтворення.

У сучасних умовах амортизація виконує дві узагальнюючі функції: податкову (фіскальну) та економічну. Податкова (фіскальна) функція виявляється через визначення амортизації в цілях оподаткування прибутку підприємства. Економічна функція амортизації виявляється через механізм економічної амортизації і полягає в тому, що завдяки амортизації кошти з оборотних активів перетворюються в оборотні.

Сучасна система амортизації основних виробничих фондів має певну низку властивостей, що можуть бути оптимізовані не тільки шляхом зміни діючого податкового законодавства в галузі норм амортизації – у напрямі зменшення коефіцієнтів та інших нормативних показників, а й завдяки реалізації відповідних заходів на підприємстві.

До подібних заходів належать упорядкування черговості ремонтів і відновлення основних фондів за звітний рік.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Орлов П. Державне регулювання оновлених основних фондів [Текст] / П. Орлов. Економіка України. 1994. № 6. С. 31–35.
2. Фукс А.Є. Амортизаційні відрахування в системі джерел активізації інвестиційної діяльності [Текст]: учеб. пособие для вузов / А.Є. Фукс, І.В. Кулага // Інвестиційна діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання: тези доп. міжн. НПК. Чернівці, 1997. С. 66–67.
3. Безуглий А. Есть ли необходимость в «амортизационном налоге» [Текст]: учеб. пособие для вузов / Безуглий А. Амортизаційний налог // Бизнес-інформ. 1999. № 5. С. 84–85.
4. Податковий кодекс України. Верховна Рада України, Закон від 02.12.2010 № 2755-VI {із змінами, внесеними згідно із Законами}. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

5. . Захарін С.В. Удосконалення державної амортизаційної політики для стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності [Текст] / С.В. Захарін // Проблеми науки. 2007. № 10. С. 20–27.
6. Терёшина Н.П. Экономика железнодорожного транспорта: [Текст] // Н.П. Терёшина, В.А. Подсорин, М.Г. Данилина. Учебное пособие М.: МГУПС (МИИТ), 2017. 262 с.
7. Ковригина А.Г. Финансы железнодорожного транспорта [Текст]: учеб. пособие для вузов / А.Г. Ковригина: Учебник для вузов ж.-д. трансп. – 2-е издание, перераб. и доп. М.: Транспорт. С. 384.
8. Шумляев Б.О. Бухгалтерський облік основної діяльності залізниць України [Текст]: Б.О. Шумляев // учеб. пособие для вузов / Підручник. Дніпропетровськ, 2004 рік. URL: <https://oldlibrary.diit.edu.ua/index.php?lang=ru&page=home...>

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЮ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ

FACTORS THAT INFLUENCE ON FORMATION AND REALIZATION OF CUSTOMS POLICY

Герасимюк П.В.

аспірант кафедри фінансів,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті досліджено фактори, що впливають на формування та реалізацію митної політики України. Зовнішні та внутрішні фактори досліджено як систему обмежуючих чинників стосовно митної політики України. Наведено місце митної політики в системі державної економічної політики України.

Ключові слова: митна політика, зовнішні фактори, внутрішні фактори, європейська інтеграція, національний товаровиробник.

В статье исследованы факторы, которые влияют на формирование и реализацию таможенной политики Украины. Внешние и внутренние факторы исследованы как ограничивающая система относительно таможенной политики. Показано место таможенной политики в системе государственной экономической политики Украины.

Ключевые слова: таможенная политика, внешние факторы, внутренние факторы, европейская интеграция, национальный товаропроизводитель.

In the article factors that influence on formation and realization of Ukrainian customs policy are researched. External and internal factors are researched as a restrictive system for customs policy of Ukraine. The place of customs policy in the system of state economic policy is shown.

Key words: customs policy, external factors, internal factors, European integration, national producer.

Постановка проблеми. Однією з ключових державних політик, що історично виникла з появою міжнародної торгівлі, є митна політика. Враховуючи виняткову важливість такої політики держави, необхідно визначити основні фактори, що впливають як на її формування, так і на її реалізацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання митної політики, митного регулювання та митної справи широко досліджені у працях українських науковців та практиків митної справи: І.Г. Бережнюка, А.Д. Войцещука, А.І. Крисоватого, А.А. Мазаракі, П.В. Пашка, Є.О. Діденко, С.М. Невмержицької, С.В. Філіппової, Є.І. Масленнікова, К.В. Іванової, Д.О. Гетманцева та інших.

Постановка завдання. Метою статті є визначення факторів, що впливають на формування та реалізацію митної політики, а також місця митної політики в системі економічної політики держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. З огляду на той факт, що митна політика передусім має на меті забезпечити сталий розвиток економіки країни в частині розвитку національного товаровиробництва, а не простого

наповнення державного бюджету, необхідно визначити, які саме фактори впливають на формування такої політики та її реалізацію.

Незважаючи на те, що процес формування має більше теоретичний характер, а реалізації – практичний, відзначаємо, що ці процеси є взаємопов'язаними та повинні розглядатися цілісно. Наприклад, враховуючи викладене в першому підрозділі цієї роботи, доходимо висновку, що хибно стверджувати, що один із головних інструментів митної політики, а саме митний тариф, покликаний забезпечити наповнення державного бюджету.

Митний тариф, з одного боку, є інструментом практичної частини митної політики, а саме – митної справи, а з іншого – закладання тієї чи іншої ставки мита в митний тариф має більше теоретичний характер, адже є сигналом для зменшення або збільшення обсягів ввезення певного товару на митну територію України чи вивезення за її межі.

Так, Ф.О. Верба зазначає, що митний тариф виконує саме регулятивні функції, а саме: формує оптимальну товарну структуру імпорту шляхом диференціації ставок мита на різні види продукції; впливає на господарську діяльність

підприємств і соціальні умови у суспільстві як складник механізму ціноутворення; захищає окремі галузі національної економіки від іноземної конкуренції; дає змогу проводити активну зовнішньоторговельну політику та впливати на торговельних партнерів у процесі переговорів; сприяє оптимізації співвідношення імпорту й експорту держави, валютних витрат і надходжень, досягненню сприятливого торговельного балансу [1, с. 45].

О.П. Канюка у своїй статті також наголошує на регулятивній спрямованості митної політики, а саме на одночасному забезпеченні захисту національного товаровиробника та виконання міжнародно-правових зобов'язань [2, с. 393].

Погоджуємось із зазначеним вище твердженням автора, оскільки митна політика має враховувати положення міжнародних домовленостей, які на себе взяла Україна, та стан національного товаровиробництва. Отже, загалом на формування та реалізацію митної політики впливають зовнішні та внутрішні фактори.

Вищевказане корелює з позицією О.В. Коломойця в частині того, що митна політика України є складником внутрішньої і зовнішньої політики держави та має протекціоністський характер, а також на сучасному етапі формується з дотриманням вимог міжнародних організацій, до складу яких входить наша країна [3, с. 131–134].

Іншу позицію відстоює у своїй роботі О.А. Мосякіна, а саме виділяє серед основних об'єктивних факторів, що впливають на митну політику, три групи таких факторів, як економічні, ідеологічні та політичні, а також міжнародні [4, с. 208].

Однак позиція О.А. Мосякіної не суперечить вищезазначеним позиціям інших авторів щодо факторів, які впливають на митну політику, адже логічно економічні та політичні фактори можна віднести до групи внутрішніх, а міжнародні – до зовнішніх.

Аналізуючи зовнішні фактори, що впливають на митну політику, враховуючи проєвропейський політичний вектор розвитку України, необхідно, виходячи з прийнятих зобов'язань у межах підписання Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС (далі – Угода про Асоціацію), розглянути взаємозв'язок адаптації митної політики України до європейських відповідників та можливого впливу на стан захищеності національного товаровиробника та розглянути західні стандарти в митній справі.

Глава 5 Угоди про Асоціацію присвячена митним питанням та сприянню торгівлі і становить найбільший розділ цієї угоди. Пояснюється це тим, що ЄС намагається, з одного боку, прибрати тарифно-нетарифні бар'єри постачання власних товарів на митну територію України, а з іншого – убезпечити себе від неякісного імпорту з України, контрабандних та контрафактних потоків товарів, що можуть активізуватися через територію нашої держави з країн Сходу, здебільшого морським видом транспорту.

Основні напрями, що підлягають адаптації в митному законодавстві та митних процедурах відповідно до статті 76 Угоди про Асоціацію, можна логічно подати у вигляді такого комплексу заходів [5, ст. 76]:

- спрощення митних формальностей та процедур, застосування єдиних форм митних документів та спільної процедури транзиту;
- застосування об'єктивної системи оцінки ризиків та акцент на митний пост-аудит у системі заходів митного контролю;
- забезпечення прозорості та передбачуваності митного законодавства для бізнесу в довгостроковій перспективі;
- співробітництво між митними адміністраціями країн, взаємна адміністративна допомога в митних справах;
- напрацювання єдиних підходів для визначення митної вартості та класифікації товарів у митних цілях;
- наближення законодавства у митній сфері.

І.М. Квеліашвілі у своїй статті аналізує процеси гармонізації митної політики України з міжнародними нормами і стандартами в митній сфері. Автор аналізує стан адаптації митного законодавства та митної політики загалом до міжнародних відповідників за параметрами, які подані вище як комплекс заходів у межах Угоди про Асоціацію.

Автор наголошує, що в міжнародній практиці найголовнішими функціями митної політики є насамперед економічна, регульовальна та правоохоронна, а в Україні на сучасному етапі домінує фіскальна функція [6, с. 76].

І.М. Квеліашвілі також у своїй статті виділяє основні проблемні питання, що стосуються гармонізації митної політики та митної справи в Україні з міжнародними відповідниками. Серед основних: необхідність запровадження правової основи для повноцінного функціонування інституту уповноваженого економічного оператора, проблематика функціонування підрозділів митного аудиту у складі головних управлінь ДФС, а не митниць, а також питання методологічної основи для визначення митної вартості та неоднозначного тлумачення цього поняття представниками державної служби, бізнесу та суддями [6, с. 78–79].

Погоджуємось з автором в частині необхідності надання повноцінного правового підґрунтя для інституту уповноважених економічних операторів, адже норма МКУ, що передбачає запровадження такого інституту, просто залишилася не підкріпленою підзаконним нормативно-правовим актом, на який вона посилається.

Доволі спірним залишається питання щодо належності підрозділів митного аудиту до головних управлінь ДФС. З одного боку, враховуючи створення офісів аудиту на рівні окремих адміністративно-територіальних одиниць, належність митного аудиту до таких офісів є логічною, але специфіка роботи та законодавчої бази якісно

виділяє цей єдиний підрозділ серед усіх інших у складі головних управлінь. А постійна робота з профільними митними департаментами ДФС та митницями ДФС з приводу витребування документів, отримання роз'яснень, проведення спільних процесуальних дій тощо, можливо, свідчить про доцільність функціонування таких підрозділів у складі митниць ДФС. Але загалом не погоджуємося з автором щодо невітлення рекомендацій щодо митного пост-аудиту.

Я.М. Кістанова в своїй роботі взагалі аналізує вже перспективу створення між Україною та ЄС не лише зони вільної торгівлі, а й митного союзу, що передбачає абсолютно вільну торгівлю на території такого союзу та єдину зовнішню торговельну, а тому й митну політику. [7, с. 333–334].

Погоджуємося з автором щодо його позиції про несумісність прискорення глобальних процесів в економіці з її якісною перебудовою. Навпаки, варто відзначити, що термін втілення змін як у законодавстві, так і в митній політиці має аргументуватися винятково терміном, необхідним національному господарству загалом підготуватися до таких змін, а не навпаки.

Дуже цікавою є позиція І.М. Флиса щодо оцінки сприйняття вступу України до ЄС як життєво необхідного факту. Автор, наприклад, наводить приблизні збитки від адаптації технічних регламентів ЄС в Україні на рівні 165 млрд. євро за 10 років, що свідчить про негатив такої інтеграції на цьому етапі [8, с. 366].

Автор під час написання статті ще в 2013 році негативно ставиться до ідеї як повної інтеграції в ЄС, так і до Митного Союзу, що натеper взагалі є абсурдним. Але ключовою ідеєю, з якою варто погодитися, є той факт, що українська митна політика в межах державної зовнішньої політики має бути багатовекторною, не віддаючи переваги одним або іншим наддержавним утворенням. Приклад позаблокового статусу Швейцарії, а також брекситу, що мав місце у Великій Британії щодо її виходу з ЄС, може свідчити й про те, що позаблоковість країни та багатовекторність її політики може мати більший ефект, ніж її інтеграція будь-куди.

Ю.О. Сторожук у своїй роботі досліджує проблематику інтеграції України до ЄС, а також розглядає можливі заходи для вирішення таких проблем. Автор традиційно розглядає питання уповноваженого економічного оператора, постмитного аудиту тощо. Але наведення основних ризиків для національної економіки України від створення зони вільної торгівлі з ЄС є найцікавішим у дослідженні. Загрозами для української економіки автор вважає невідповідність технічним регламентам ЄС українського промислового виробництва, що спричинить неконкурентність вітчизняних підприємств, а також недостатню державну підтримку сільського господарства в Україні на противагу європейським відповідникам тощо [9, с. 264].

Погоджуємося з позицією Ю.О. Сторожук, що корелює з думкою І.М. Флиса, щодо невідповід-

ності технічної бази виробництва в Україні європейським аналогам, що негативно вплине на стан товаровиробництва. Але не погоджуємося з позицією щодо підтримки сільського господарства, адже саме для вирівнювання конкуренції в галузях, які іноземні держави значно субсидують, застосовують спеціальні види мита, що не суперечить жодним угодам.

О.О. Алімова у своєму дослідженні наголошує, що скасування власне митних платежів у межах угод з ЄС не стане запорукою вільної торгівлі, адже для вітчизняних товаровиробників залишається нагальною проблема невідповідності їхньої продукції європейським нормам. [10, с. 405].

Повністю погоджуємося з автором, адже структурна перебудова економіки країни та приведення технічного оснащення та норм виробництва до європейських відповідників мало би стати передумовою для підписання угод, а не результатом. Також погоджуємося з твердженням О.О. Алімової щодо сумнівності вигід від угод з ЄС для українських сільськогосподарських виробників, враховуючи квоти, мита, що продовжують діяти з боку ЄС тощо.

І.О. Панов у своїй статті під час дослідження інтеграційних процесів акцент робить саме на виведенні зовнішньоекономічної діяльності з тіні та роботі з унеможливленням маніпулювання митною вартістю, зокрема, шляхом побудови торгового ланцюга через офшорні країни [11, с. 26–27].

Погоджуємося з автором на рахунок проблематики щодо митної вартості. Але саме в цьому ключі інтеграція та поглиблення співпраці з ЄС може сприяти вирішенню цього питання, адже в органів доходів і зборів з'явиться можливість оперативно реагувати на можливі факти порушення митного законодавства, зокрема, в частині маніпулювання митною вартістю товарів, що ввозяться на митну територію України або вивозяться за її межі.

З іншого боку, автор наголошує на необхідності подальшого поступового та збалансованого впровадження західних стандартів у порядок реалізації митної політики [11, с. 27]. Погоджуємося з автором, а також наголошуємо, що впроваджувати прогресивні зразки процедур, методик тощо не є обов'язковою передумовою для певної інтеграції.

З огляду на той факт, що МКУ був розроблений на основі норм законодавства ЄС, акцент імплементації норм Угоди про Асоціацію буде звернутий саме до митних формальностей та процедур, що закріплюються підзаконними нормативно-правовими актами. Інтеграційні процеси мають відбуватися в межах напрацьованих ЄС єдиних стандартів у митній справі.

Починаючи з 1998 року ЄС постійно розробляється та удосконалюється так званий Збірник митних стандартів (оригінальна назва – Customs blueprints), що є рекомендацій-

ним актом та спрямований на зближення митних систем країн-учасниць ЄС, а також країн, що мають намір долучитися до союзу. Остання версія вищезазначеного збірника розроблена митними експертами країн-учасниць, країн-кандидатів і Європейської Комісії в межах роботи проектної групи Програми «Митниця 2020».

Збірник митних стандартів містить власне 19 митних стандартів та 4 акцизних стандарти. Акцизні стандарти – нововведення 2015 року в цьому збірнику, поява якого пояснюється необхідністю уніфікації роботи митних адміністрацій у напрямі адміністрування акцизного податку та контролю за переміщенням підакцизних товарів.

Застосування країнами-членами ЄС рамових стандартів дало змогу вже в 2014 році модернізувати митницю та зробити митні процедури менш бюрократичними, а отже, в середньому під час оформлення імпорту в ЄС суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності необхідно надати до митного контролю 4 документи, час виконання митних формальностей на кордоні становить 1 годину 53 хвилини [12].

Європейською Комісією розроблено низку інформаційних документів, що візуально відтворюють покрокову інструкцію використання Збірника митних стандартів [13]. Впровадження стандартів передбачає такі заходи, як:

- 1) запровадження підрозділу стратегічного розвитку;
- 2) призначення відповідальних осіб;
- 3) призначення відповідальних виконавців;
- 4) врахування національних особливостей;
- 5) розроблення ключових цілей та завдань;
- 6) оцінювання поточної ситуації в митній сфері;
- 7) розроблення управлінських рішень;
- 8) коригування довгострокових цілей;
- 9) оцінка застосованих заходів;
- 10) забезпечення безперебійності процесу розвитку.

Одним із найважливіших етапів для України, що виокремлений Збірником митних стандартів, є врахування національних особливостей. Рекомендовано проводити аналіз стану в таких сферах: політичній, економічній, соціальній, технологічній. Під час імплементації рамових стандартів необхідно розуміти обмежуючий вплив стану політичної стабільності в Україні, її торговельної та податкової політики на можливість функціонування митної системи в умовах застосування аналогів розвинених країн Європи [14, с. 12].

Не менш важливими факторами впливу будуть загальний стан економіки України, її торговельного балансу, складу експортно-імпортової товарної групи, стану зайнятості населення та рівня розвитку і використання інформаційних технологій як державними органами, так і суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Тобто варто зауважити, що зовнішні і внутрішні фактори, що впливають на порядок формування та реалізації митної політики України, існують у своїй взаємозалежності. Наприклад, вищевка-

зані європейські стандарти здійснення митної справи передбачають першочергове врахування внутрішніх факторів на процес формування митної політики та національних особливостей.

Варто відзначити, що наукові дослідження проблематики факторів, що впливають на митну політику, або власне впливу державної політики на процеси в економіці країни здійснюються науковцями здебільшого виходячи з понять «безпеки», «національна безпека», «економічна безпека» тощо.

В.В. Петрушевська у своїй статті доходить висновку, що соціально-економічні проблеми держави вирішуються шляхом підвищення економічної безпеки та конкурентоспроможності вітчизняної економіки [15, с. 101].

З огляду на той факт, що дослідження автор проводить з огляду на вплив державної фінансової політики на забезпечення безпеки економіки в розрізі грошово-кредитної та податково-бюджетної політик, зрозуміло, що враховано і вплив митної політики.

Тому науково-технологічний та інноваційний прогрес держави, що В.В. Петрушевська розглядає як соціально-економічну проблему, яку слід вирішувати методами фінансової політики, варто відносити до витоків формування митної політики або податково-бюджетної, яку розглядає автор.

Погоджуємося з твердженням автора щодо того факту, що експорт сировини (металів і зерна) не забезпечує ані нагромаджень, ані економічної ефективності [15, с. 104].

Знову ж таки незрозумілим є виділення автором завдань явища «фінансова безпека», адже саме це явище є певним кінцевим результатом, що потребує якісного і кількісного виміру. Досягається це поняття завдяки певному комплексу заходів у межах більш широкого поняття, для якого і потрібно було б виділяти завдання.

О.В. Болотна та Т.Ф. Ларіна у своїй статті розглядають необхідність втілення політики імпортозаміщення. Автори доводять висновку, що країни, що є нетто-експортерами, демонструють найвищі темпи зростання [16, с. 23].

Ключовою проблемою на шляху зниження обсягів імпорту в Україну шляхом нарощування вітчизняного товаровиробництва аналогічної продукції науковці виділяють низьку інноваційну активність та низькі технічні характеристики самої продукції [16, с. 24].

Погоджуємося з авторами та відзначаємо, що одним із внутрішніх факторів, що впливає на формування митної політики, є стан технологічної бази національного товаровиробництва та власне товарна структура такого виробництва.

Втрата або відсутність конкурентних товарів у певних галузях є, наприклад, поштовхом для запровадження або високих ввізних мит на аналогічну іноземну продукцію, або квот на таке ввезення тощо з одночасним нарощуванням фінансової державної підтримки такої галузі виробництва.

В.В. Петрушевська в іншому своєму дослідженні аналізує вплив фінансової політики на активність суб'єктів економіки країни. Цілі податкової політики, до якої автор відносить і питання, що регулюються митною політикою, розподілено на фінансові та регулюючі. А регулююча мета автором спрямована на регулювання економічних процесів через певні фінансові інструменти [17, с. 86].

Зокрема, погоджуємося з автором щодо твердження про вплив податкової політики (та митної відповідно) на розвиток виробництва та інвестиційну активність [17, с. 87].

І.П. Адаменко зазначає, що для реалізації пріоритетних напрямів і досягнення намічених цілей фінансової політики в частині забезпечення державних інвестицій в основний капітал необхідно розширити та активно задіяти, крім державних видатків, інструментарій інших її складників, наприклад, податкової та боргової політики [18, с. 343].

Знову доходимо висновків щодо комплексності поняття «митна політика» та її застосування винятково одночасно з іншими державними політиками.

Повертаючись до основних напрямів економічної політики, що закріплені в Господарському кодексі України, можна схематично подати основні складники економічної політики держави, у невід'ємному взаємозв'язку з якими знаходиться митна політика:



Рис. 1.1. Взаємозв'язок митної політики з іншими політиками в системі державної економічної політики

Таким чином, наголошуємо на першочерговому взаємозв'язку митної політики із зовнішньоекономічною політикою, структурно-галузевою та антимонопольно-конкурентною. Це ті напрями політики, що передбачають врахування зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на формування митної політики. Водночас валютна та податкова політики більше корелюють з митною політикою під час її реалізації.

З іншого боку, П.В. Пашко у своїй статті наголошує, що базою для формування державної митної політики України повинні стати її склад-

ники, які будуть реалізовувати головну мету стратегії національної безпеки. Але також, на думку автора, природа митної політики зумовлює наявність, крім національних інтересів і національної безпеки взагалі, певних галузевих принципів формування та здійснення митної політики, які розкривають зміст національних інтересів держави на певному етапі [19, с. 7].

Таке трактування базису для формування митної політики повністю корелює з працями П.В. Пашка, що розглянуті вище. Орієнтування таких праць здійснене автором з огляду на прив'язку митної політики до понять «національна безпека», «економічна безпека» тощо. Такі трактування покладені в основу законодавчо закріпленого визначення сутності митної політики, що є безпосереднім доробком П.В. Пашка та інших авторів.

Погоджуємося з автором щодо наявності складників у системі митної політики, але зазначаємо, що ця проблематика не є об'єктом дослідження в межах цієї роботи.

З огляду на те, що в межах цієї роботи відсторонюємо абстрактне, на нашу думку, поняття «безпека», погоджуємося з автором в частині впливу потреб та реалій окремих галузей економіки на формування загальної митної політики. Можна провести паралель із бюджетним процесом, а саме процесом затвердження державного бюджету. Тому процес полягає в узгодженні задоволеності потреб всіх розпорядників бюджетних коштів в умовах обмеженості державних ресурсів на кожному конкретному проміжку часу. Митна політика також формується, виходячи з потреб галузей, але з урахуванням міжнародних домовленостей тощо, що і є обмежуючими факторами.

У будь-якому разі загальні орієнтири та суть митної політики закладається в стратегіях, що спрямовані на реалізацію такої політики та мають конкретний і прикладний характер. Такі стратегії затверджуються на загальнодержавному рівні та стосуються конкретного напрямку діяльності держави. Наприклад, стратегія розвитку галузі авіабудування або стратегія реалізації економічної політики. Тобто, маючи різний рівень деталізації, вони повинні мати довгостроковий характер.

Наскільки зрозуміло з аналізу наукових джерел, стратегія втілення митної політики в Україні зводиться більше до адаптації митного законодавства до європейського тощо.

Висновки з проведеного дослідження. З огляду на націленість Уряду України на застосування та запровадження кращих практик ЄС, важливим є використання норм Збірника митних стандартів та порядку їх імплементації. Зокрема, увагу слід приділяти розробленню ключових цілей та завдань у митній сфері та оцінювання поточної ситуації, що вдалося досягти за рахунок здійснення комплексу заходів у межах Угоди про Асоціацію.

Тут важливим є розроблення системи показників, яка дасть змогу об'єктивно відображати стан реалізації митної політики України. Будь-яка стратегія має на меті досягнення певного результату, а отже, такий показник, як «ефект

митної політики», може бути застосований для оцінки стану її реалізації. Цей показник має корелювати не лише з фактичними показниками діяльності митниць ДФС, але й зі станом економіки країни загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Верба Ф.О. Визначення вартості товарів для митно-тарифного регулювання // *Фінанси України*. 2003. № 8. С. 45–50.
2. Митна політика держави на сучасному етапі (фінансово-правовий аспект) / О.П. Канюка // *Актуальні проблеми держави і права*. 2004. Вип. 22. С. 392–396. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2004_22_77.
3. Сучасний стан митної політики та митного права в Україні / О.В. Коломоець // *Бізнес-навігатор*. 2014. № 2. С. 131–136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2014_2_26.
4. Митна політика та принципи її реалізації в Україні / О.А. Мосякіна // *Публічне управління та митне адміністрування*. 2015. № 2. С. 207–211. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamcsudu_2015_2_31.
5. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, ратифікована згідно із Законом України від 16.09.2014 № 1678-VII [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011.
6. Гармонізація національної митної політики з міжнародними нормами і стандартами в митній сфері / І. Квеліашвілі // *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2016. Вип. 1. С. 74–80. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2016_1_12.
7. Спільна митна політика Європейського Союзу та співробітництво з Україною [Електронний ресурс] / Кісанова Я.М. // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція*. 2013. Вип. 5. С. 332–334. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Nvmgu_jur_2013_5_74.pdf.
8. Європейський Союз, Митний Союз: українські реалії, необхідність та перспективи інтеграції [Електронний ресурс] / Флис І.М. // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.15. С. 362–372. URL: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2013/23_15/363_Fly.pdf.
9. Державна стратегія розвитку митної політики в умовах євроінтеграції / Ю.О. Сторожук // *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право)*. – 2014. № 1. С. 259–266. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2014_1_38.
10. Зовнішньоторговельна політика України: сучасний стан та перспективи розвитку / О.О. Алімова // *Університетські наукові записки*. 2013. № 1. С. 404–410. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2013_1_60.
11. Митна політика України в умовах розвитку відносин із Європейським Союзом / І.О. Панов // *Право і Безпека*. 2008. Т. 7, № 2. С. 24–29. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pib_2008_7_2_7.
12. Наскільки ефективна робота вашої митної адміністрації [Електронний ресурс] / Європейська Комісія ЄС // URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/common/eutaining/blueprints_1.jpg.
13. Як проводити заняття по Збірнику митних стандартів [Електронний ресурс] / Європейська Комісія ЄС // URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/common/eutaining/blueprints_2.jpg.
14. Збірник митних стандартів [Електронний ресурс] / Європейська Комісія ЄС // URL: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/docs/body/customs_blueprintsru.pdf.
15. Механізм формування і реалізації державної фінансової політики у процесі забезпечення безпеки економіки / В.В. Петрушевська // *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 1. С. 100–104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2013_1_27.
16. Політика імпортозаміщення як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / О.В. Болотна, Т.Ф. Ларіна // *Бізнес Інформ*. 2012. № 10. С. 23–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2012_10_5.
17. Фінансова політика держави та її вплив на економічну активність суб'єктів господарювання / В.В. Петрушевська // *Економічний простір*. 2014. № 85. С. 82–93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2014_85_11.
18. Фінансова політика як інструмент соціально-економічного розвитку країни / І.П. Адаменко // *Бізнес Інформ*. 2014. № 3. С. 341–345. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_3_58.
19. Митна політика України: хто має її визначати [Електронний ресурс] / Пашко П.В. // *Наукові праці НДФІ*. 2008. № 3(44). С. 3–8. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Npndfi_2008_3_2.pdf.

РОЛЬ ФОНДОВОГО РИНКУ В ІНФРАСТРУКТУРНОМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

THE ROLE OF STOCK MARKET IN THE INFRASTRUCTURAL PROVISION OF MARKET ECONOMY SYSTEM FUNCTIONING

Гноєвий В.Г.

кандидат економічних наук, доцент,
Кременчуцький інститут Університету імені Альфреда Нобеля

Резяпов К.І.

аспірант,
Університет імені Альфреда Нобеля

Визначено роль фондового ринку як механізму управління макроекономічним розвитком країни. Проаналізовано функціональні характеристики фондового ринку з погляду його ролі у функціонуванні ринкової економічної системи. Досліджено економічну природу фондового ринку в аспекті забезпечення економічного зростання й удосконалення системи фінансових взаємозв'язків.

Ключові слова: фондовий ринок, фондова біржа, економічне зростання, ринкова інфраструктура, регулювання економіки.

Определена роль фондового рынка как механизма управления макроекономическим развитием страны. Проанализированы функциональные характеристики фондового рынка с точки зрения его роли в функционировании рыночной экономической системы. Исследована экономическая природа фондового рынка в аспекте обеспечения экономического роста и совершенствования системы финансовых взаимосвязей.

Ключевые слова: фондовый рынок, фондовая биржа, экономический рост, рыночная инфраструктура, регулирования экономики.

The role of stock market as the mechanism of macroeconomic development of a country was defined. Functional characteristics of the stock market from the view point of its role in the market economy functioning were analyzed. The economic nature of stock market in the aspect of economic growth provision and system of financial relations improvement was studied.

Key words: stock market, stock exchange, economic growth, market infrastructure, economy regulation.

Постановка проблеми. Фондовий ринок – важливий інструмент впливу у сучасній ринковій економічній системі будь-якої країни. Державна економічна політика, використовуючи потенціал фондового ринку, покликана регулювати макроекономічні процеси та сприяти економічному зростанню країни.

Нині сформувалися два протилежних підходи щодо питання впливу фондового ринку на економічну систему держави загалом та макроекономічні процеси зокрема. Один з них полягає у тому, що розвиток фондового ринку є важливою передумовою загального економічного зростання відповідної держави, інший підхід передбачає, що розвиток фондового ринку є наслідком розвитку виробничого сектору економіки. Деякі науковці вважають, що зростання масштабів фондового ринку сприяє зростанню економіки країни (А. Гельб, Р. Грінвуд, Р. Левін, Д. Ліпські, М. Міллер, П. Руссо, Р. Сілла, М. Стол-

бов, І. Шумпетер). Інші автори (Е. Берглоф, П. Болтон, А. Дворецька, С. Кечетті, Я. Міркін, Д. Робінсон) дотримуються думки, що стан фондових ринків є наслідком, а не причиною загального економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Початок дослідженням наявності позитивного взаємозв'язку між розвитком фінансового ринку та економічним зростанням поклала стаття Р. Кінга та Р. Левіна «Фінанси та економічне зростання: можливо, Шумпетер правий», яка була опублікована у 1993 році. [7]. З'явилися дослідження на цю тему (Т. Бека, А. Демирчуч-Кунта, Л. Зингалеса, Р. Раджана, П. Руссо), які підтверджують такий взаємозв'язок. Критичне ставлення до цього підходу висловила Д. Робінсон, яка зазначила, що розвиток фінансових ринків – наслідок загального економічного розвитку, що відбува-

ється завдяки регулюванню макроекономічних процесів. Економічне зростання саме по собі створює попит на фінансові послуги, тому фінансовий ринок не стільки впливає на економічне зростання, скільки реагує на потреби виробничого сектору економіки [8].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Обидві викладені позиції мають право на існування, та, на нашу думку, розвиток фондового ринку є не причиною, а важливим механізмом, який стимулює економічний розвиток країни та впливає на її макроекономічні показники.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для безперервного функціонування ринкового механізму необхідна високоорганізована мережа спеціальних служб і організацій, які забезпечують чіткий розподіл і використання трьох основних чинників ринку – засобів виробництва, грошових коштів і людських ресурсів. Такі організації є елементами розгалуженої інфраструктури ринку. В умовах загального товарного виробництва ними виступають ринок товарів, фінансовий ринок і ринок праці.

Передача фінансових ресурсів від економічних суб'єктів країни, у яких виникають тимчасово вільні фінанси, до економічних суб'єктів, які відчувають потребу у них, є важливим макроекономічним завданням, яке вирішує фондовий ринок. Завдяки його функціонуванню відбувається трансформація фінансових ресурсів, капіталу між суб'єктами фондового ринку відповідної країни у цінні папери акціонерних товариств (емітентів), які залучають тимчасово вільні кошти інвесторів для власних виробничих та фінансових потреб. Фондовий ринок являє собою широкую гаму інвестиційних можливостей для учасників і полегшує управління національною економікою, дає змогу індивідуальним інвесторам брати участь у прибутках приватних власників.

Серед визначень фондового ринку як економічної категорії, певний інтерес для нас становлять такі: «сфера потенційних обмінів», яка виконує роль перерозподільчої і фінансуючої системи в економіці; «канал прямого фінансування» з фінансових ринків (ринків грошей), тобто такий канал, за допомогою якого кошти переміщуються безпосередньо від власників заощаджень до користувачів кредитами [3, с. 18].

Можна виділити дві підгрупи способів прямого фінансування. Перша група – здійснення капітальних інвестицій в обмін на надане право пайової участі у власності фірми. Найбільш відомий приклад – продаж корпораціями звичайних («простих») акцій. Інша підгрупа способів прямого фінансування – фінансування шляхом отримання позик. Фірма отримує грошові кошти для здійснення інвестицій в обмін на зобов'язання виплатити ці кошти в майбут-

ньому з обумовленим відсотком, хоча права на частку власності у фірмі кредитор не отримує. У цьому разі відомим прикладом є продаж облігацій. Фондовий ринок виступає як «інститут чи механізм, який зводить разом покупців (носіїв попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг» [4, с. 62].

«Фондові ринки чи фондові біржі – ринки, на яких відбувається торгівля акціями корпорацій» [6, с. 54]. Термін «акція» означає право власності корпорації, а ринок акцій – ринок, на якому відбувається продаж цих прав. Оскільки фірми мають значно більшу привабливість для потенційних вкладників, коли вони мають можливості здійснювати вигідні інвестиції, то ціни акцій відображають наявність стимулів до інвестування [5, с. 18].

Ринок цінних паперів, на відміну від короткотермінового грошового ринку, формується як ринок фінансових зобов'язань чи угод довготермінового характеру, що підтверджують вкладання чи надання фінансових ресурсів на довгий термін. На ньому продаються і купуються акції підприємств, акціонерних товариств, сертифікати, державні облігації, казначейські зобов'язання [2, с. 113].

Оскільки далеко не всі цінні папери ведуть своє походження від грошових капіталів, то і ринок цінних паперів не може в повному обсязі бути віднесеним до фінансового ринку.

В тій частині, в якій ринок цінних паперів базується на грошах як на капіталі, він називається фондовим. Саме в цій якості він проявляє себе як складова частина фінансового фондового ринку. Він формує найбільшу частину ринку цінних паперів. Частина ринку цінних паперів, яка залишається, через свої незначні розміри не отримала спеціальної назви, тому дуже часто поняття «ринок цінних паперів» і «фондовий ринок» вважаються синонімами.

Тобто можна вважати, що фондовий ринок через розмаїття інструментів, що використовуються в його межах, є сегментом як грошового ринку, так і ринку капіталів, які теж включають рух прямих банківських кредитів, перерозподіл грошових ресурсів через страхову галузь, внутрішньофірмові кредити тощо.

У фінансуванні підприємницьких потреб загалом у країні переважають внутрішні джерела. В середньому внутрішні джерела в розвинутих країнах становлять до 75% задіяних коштів, а на банківські позики і цінні папери приходиться від 5 до 20% [9]. Саме необхідність торгівлі цінними паперами, які випускають корпорації для фінансування своєї діяльності, спонукала до створення механізму, який називається фондовим ринком. Інвестиційні інтереси індивідуальних та інституційних інвесторів і держави переплітаються на цьому ринку. Тут централізуються відносно дрібні збереження для вирішення великих соціально-економічних завдань в будь-який час на визначених ринком умовах.

Необхідно відзначити, що практично всі ринки знаходять своє відображення в інструментах фондового ринку. Так, наприклад, ринок виробленої продукції і послуг представлений коноса-ментами, товарними ф'ючерсами та опціонами, комерційними векселями; ринок землі і природних ресурсів – закладними паперами, акціями, облігаціями, забезпеченням яких є земельні ресурси, тощо. Також на фондовому ринку представлене комерційне обслуговування, зокрема страхування, маклерські та аудиторські послуги, консультації для вкладників.

Грошовий ринок, ринок корпоративних і державних цінних паперів не тільки доповнюють один одного, але і конкурують між собою, знаходячись у суттєвій залежності. Їх динаміка протилежна за напрямом. Як правило, розширення бюджету, збільшення податків за рівних умов приведуть до скорочення заощаджень, отриманих від бізнесу та домогосподарств, і, відповідно, до звуження ринків банківського кредиту і цінних паперів. Навпаки, активна кредитна експансія скоротить потреби у фінансуванні економіки за рахунок емісії цінних паперів.

На фондовому ринку як необхідному елементі інфраструктури ринкової економіки відбувається: по-перше, акумуляція грошових ресурсів підприємств, населення, держави, а також іноземного капіталу; по-друге, трансформація тимчасово вільного грошового капіталу в цінні папери; по-третє, посередництво під час покриття державних і споживчих потреб (фінансування дефіциту бюджету, кредитування житлового будівництва та ін.). Водночас грошові ресурси обертаються також і у виробничій сфері, тому фондовий ринок здійснює контроль і регулювання динаміки концентрації і централізації капіталу.

Суть фондового ринку як особливої сфери розподільчих відносин проявляється передусім через його розподільчу функцію. Саме через цю функцію реалізується суспільне призначення цінних паперів – забезпечення кожного суб'єкта господарювання необхідними йому фінансовими ресурсами.

Об'єктами дії розподільчої функції фондового ринку є вартість валового суспільного продукту (у формі цінних паперів), а також частина національного багатства, що прийняла форму цінних паперів.

Суб'єктами під час розподілу виступають юридичні і фізичні особи (держава, підприємства, об'єднання, організації, заклади, громадяни), які є учасниками відтворювального процесу і в розпорядженні яких знаходяться фонди цільового призначення.

Рух фінансових ресурсів, який відбувається як у фондовій, так і в нефондовій формах, становить основу контролюючої функції ринку цінних паперів. Завдяки контролюючій функції ринку цінних паперів суспільство знає про те, які пропорції складаються в розподілі грошових

коштів, наскільки своєчасно фінансові ресурси поступають у розпорядження різних суб'єктів господарювання і як економно та ефективно вони використовуються тощо.

Розподільча та контролююча функції – це дві сторони одного і того самого економічного процесу. Тільки в їх єдності і тісній взаємодії фінансові ресурси можуть проявити себе як категорія вартісного розподілу.

Контролююча функція може реалізуватися з більшою чи меншою повнотою, яка багато в чому визначається станом фінансової дисципліни в народному господарстві.

Економічні відносини на фондовому ринку розподільчі за своїм характером, одночасно є невід'ємним складником всієї системи виробничих відносин, які органічно пов'язані з усіма ступенями відтворюючого процесу і можуть впливати на них.

У будь-якій економіці (ринковій, директивній) на одному полюсі виникає надлишок грошових нагромаджень, на другому – є потреба залучення додаткових грошових коштів для інвестування. Загальновідомим є те, що виникнення грошових надлишків чи, навпаки, формування потреби у додатковому фінансуванні відбувається в трьох секторах макроекономіки: на рівні господарства (підприємства чи організації), на рівні держави (бюджет чи позабюджетні фонди), на рівні населення. До того ж населення загалом виступає, як правило, чистим інвестором, який має і в ринковій, і в директивній економіці сукупний надлишок заощаджень. Держава і господарство, навпаки, виступають чистими споживачами капіталу, хоча не виключено, що окремі підприємства, бюджети можуть мати надлишок грошових заощаджень. Четвертим сектором макроекономіки, який володіє значним запасом грошових ресурсів, є зовнішньоекономічний сектор.

У зв'язку з наявністю, з одного боку, грошових ресурсів, а з іншого – потреби в них виникає необхідність перерозподільного механізму фінансового посередництва.

У директивній економіці весь тягар такого перерозподілу ніс бюджет держави. Він брав на себе фінансування більшої частини довгострокових потреб господарства, а також витрат, не пов'язаних із виробництвом. Затрати господарства, що мали поточний характер, обслуговувалися банківським кредитом, який в директивній економіці перетворювався на подобу бюджетного фінансування. Інституційні інвестори (страхові організації, фонд соціального страхування та ін.) знаходилися під впливом держави, накопичений ними надлишок грошових ресурсів використовувався для покриття бюджетних витрат.

Домінування державної власності знищило ринок акцій. Фондові цінності залишились тільки у вигляді державних, необігових позик (для прямого вилучення частини коштів населення на потреби бюджету).

У ринковій економіці ринок цінних паперів формує основний механізм перерозподілу грошових заощаджень. Фондовий ринок, у свою чергу, створює ринковий механізм вільного, хоч і регульованого, переливання капіталів в найбільш ефективні галузі.

Розподіл і перерозподіл вартості за допомогою цінних паперів обов'язково супроводжується рухом грошових коштів, які набувають специфічної форми фінансових ресурсів. Фінансові ресурси виступають матеріальними носіями фінансових відносин, що дає змогу виділити цінні папери із загальної сукупності категорій, які беруть участь у вартісному розподілі.

Використання фінансових ресурсів здійснюється переважно через грошові фонди спеціального цільового призначення, хоча можлива і нефондова форма їх використання. До переваг фондової форми належать:

- можливість узгодження задоволення будь-якої потреби з економічними можливостями;
- забезпечення концентрації ресурсів на основних напрямках розвитку суспільного виробництва;
- можливість повного узгодження суспільних, колективних і особистих інтересів.

У світі є три моделі фондового ринку залежно від банківського чи небанківського характеру фінансових посередників:

1. Небанківська модель (США) – посередниками виступають небанківські компанії по цінних паперах.
2. Банківська модель (Німеччина) – посередниками виступають банки.
3. Змішана модель (Японія) – посередниками виступають як банки, так і небанківські компанії.

В Україні склалася змішана модель фондового ринку, на якому нарівні з банками діють небанківські інвестиційні інститути.

Інфраструктура ринку поділяється на правову, інформаційну (фінансова преса, система фондових показників тощо), депозитарну, розрахунково-клірингову і реєстраційну. Для державних і приватних паперів часто є окремі депозитарно-клірингові системи. До завдань інфраструктури фондового ринку відносять: управління ризиками на ринку цінних паперів, зниження питомої вартості проведення операцій. Роль інфраструктури в управлінні ризиками полягає в тому, щоб відокремити різноманітні види ризиків один від одного і дозволити перекласти певні види ризиків на інфраструктуру. Функції інфраструктури полягають у визначенні відповідального за реалізацію ризиків і реалізацію відповідальності учасників за нанесені ними збитки.

Для виконання завдань, які стоять перед інфраструктурою фондового ринку, використовується механізм управління ризиками, який включає адміністративні, технологічні, фінансово-інформаційні та юридичні заходи.

Під час адміністративного втручання впливу піддається організаційна структура, під час технологічного контролюється технологія, що застосовується, під час фінансового – застосовуються різноманітні механізми управління фінансами, під час інформаційного – управління потоками інформації на ринку і поза ним, під час юридичного – забезпечується юридичний захист у разі реалізації ризиків.

Для побудови ефективної системи управління ризиками необхідно приймати адекватні адміністративні, технологічні і фінансові рішення, які мають підкріплення відповідними юридичними документами.

Основним завданням фондового ринку є створення умов для забезпечення існування економічних відносин між суб'єктами ринку. Основними суб'єктами фондового ринку є емітенти, інвестори та професійні учасники, які виступають проміжною ланкою.

Склад учасників ринку цінних паперів залежить від ступеня розвитку, на якому знаходиться виробництво і банківська система, а також від того, які економічні функції держави. Саме цим визначається спосіб фінансування виробництва і державних видатків. Важливими є також і розміри накопичень населення після задоволення необхідних поточних потреб. Якщо дрібне виробництво фінансується за рахунок власних накопичень і капіталів власників виробництва і банківських кредитів, то велике акціонерне виробництво фінансує свої капітальні витрати майже повністю за рахунок емісії акцій і облігацій. Результатом є відділення власності і фінансування підприємства від самого виробництва.

На ринку грошових цінних паперів як інвестори домінують банки, які як посередники, частково розміщують короткотермінові папери у своїх клієнтів (наприклад, цінні папери одних корпорацій пропонуються іншим корпораціям).

На ринку капітальних цінних паперів спостерігається історична еволюція від домінування індивідуальних інвесторів до домінування інституційних інвесторів. Поява інституційних інвесторів – важливий етап у розвитку ринку цінних паперів. Виникає можливість розширення кола покупців і, відповідно, відбувається поділ ризиків розміщення коштів у цінні папери.

Таким чином, метою існування первинного ринку цінних паперів є мобілізація наявних вільних грошових коштів для того, щоб інвестувати їх у розвиток виробництва і послуг. По суті, первинний ринок цінних паперів – це форма взаємодії між емітентом та інвестором.

Відповідно, важлива риса первинного ринку – повне розкриття інформації для інвесторів, яке дає змогу зробити обґрунтований вибір виду цінних паперів для вкладання грошових коштів. Розкриттю інформації підлягає все, що відбувається на первинному ринку: підготовка проспекту емісії, його реєстрація і контроль державними органами з позиції повноти пода-

них даних публікаціям проспекту та підсумків підписки тощо.

Після того як цінні папери нового випуску продані на первинному ринку, вони можуть стати об'єктом перепродажу. Іншими словами, перший покупець, власник цінних паперів, має право продати їх. Це право нічим не обмежене і може бути, за рішенням власника, реалізоване на вторинному ринку. Функціонування вторинного ринку неможливе без первинного.

Вторинний ринок не переслідує мети отримати нові грошові кошти для емітентів. Водночас роль вторинного ринку в активізації фінансових відносин надзвичайно важлива, оскільки, створюючи механізм для термінового і необмеженого продажу цінних паперів, він значно збільшує довіру інвесторів і стимулює їхнє бажання купувати нові цінні папери, дає змогу за власним бажанням визначати межі допустимих ризиків і рівень їх компенсації. Вторинний ринок забезпечує умови для циркуляції капіталу, виступає своєрідним каталізатором розумного спрямування потоків фінансових ресурсів.

Право вибору варіантів можливого продажу належить власнику (першому початковому інвестору) і проявляється як передача права власника представленого активу на ризик, що забезпечує економічний інтерес і дає змогу кредиторі і позичальнику постійно мінятися ролями, тим самим забезпечуючи максимальну активність участі домогосподарств, бізнесу і держави у формуванні та зміні структури капітальних вкладень. Успіх вторинного ринку цінних паперів залежить від його учасників, обсягу і типу цінних паперів, що перебувають в обігу на ньому, швидкого розповсюдження і достовірності інформації, довіри залучених у ринкові відносини сторін до відносної стійкості, надійності організації самого ринку. Таким чином, вторинний ринок являє собою не суму хаотично здійснених актів купівлі-продажу, а організований процес, який ґрунтується на принципах регулювання і саморегулювання.

Вторинний ринок цінних паперів являє собою децентралізовану (позабіржовий ринок) або централізовану (фондова біржа) торгівлю емітованими цінними паперами. Біржовий ринок вичерпується поняттям фондової біржі як особливого інституційно організованого ринку, що опосередковує перерозподіл національного доходу, на якому перебувають в обігу цінні папери найбільш високої якості і операції та на якому ведуть свою діяльність професійні учасники ринку цінних паперів.

Фондова біржа повинна забезпечити постійність, ліквідність і регулювання ринку, визначення цін, облік ринкової кон'юнктури.

Як підкреслював Дж.М. Кейнс, «там, де немає ринку цінних паперів, немає сенсу переоцінювати інвестиції, як ми це зазвичай робимо. Але фондова біржа переоцінює велику кількість інвестицій щоденно, і ці переоцінки дають мож-

ливість окремим особам (хоча і не всім в сукупності) переглянути ступінь своєї участі в підприємстві» [1, с. 215]. Фондова біржа являє собою організовану певним чином частину ринку цінних паперів, де з цими паперами, за посередництва членів біржі, укладаються угоди купівлі-продажу.

Біржа чітко стежить за тим, щоб ніхто із продавців чи покупців не міг диктувати ціни. Всі угоди укладаються методом торгу, і по кожній із них надається повна інформація. Спочатку вона поступає на електронне табло біржі, а пізніше друкується в засобах інформації. Фондові цінності – це цінні папери, з якими дозволяються операції на біржі. Торгівля ведеться чи партіями, на певну суму, чи по видах, при цьому угода укладається без наявності на біржі цінних паперів.

Фондові біржі організовуються чи у формі приватних корпорацій – АО (Англія, США), чи у формі публічно-правових інститутів (Німеччина, Франція). Прийом в члени біржі обмежений, а самостійна торгівля на біржі є монополією її членів. Основними статтями прибутків біржі є: акциз (податок на угоду), який знімається з біржової фірми за кожне замовлення, виконане в торговому залі; плата компаній за включення їх акцій у біржовий список; щорічні внески компаній на підтримку їх лістингу; плата компаній за зміни в лістингу; періодичні внески учасників біржі, вступні внески.

В Україні, згідно з чинним законодавством, фондові біржі створюються як комерційні підприємства. Діяльність біржі строго регламентована урядовими документами і статутом біржі. У статуті насамперед визначаються можливості членів біржі, умови їх прийому, порядок утворення й управління біржею. Членами фондової біржі можуть бути будь-які професійні учасники ринку цінних паперів. У торговій практиці фондової біржі ними визнаються тільки організатори торгівлі на ринку цінних паперів, які не суміщають діяльність із організації торгівлі з іншими видами діяльності, за винятком депозитарної діяльності і діяльності з визначення взаємних зобов'язань.

Значення фондової біржі для ринкової економіки виходить за межі організованого ринку цінних паперів.

Фондові біржі зробили переворот у проблемі ліквідності капіталу. Перевага полягала в тому, що для інвестора практично зникла різниця між довгостроковими і короткостроковими вкладеннями коштів. У міру розвитку операцій на фондових біржах склалася ситуація, коли для кожного окремого акціонера інвестиції (інвестований в акції капітал) мають майже такий самий ліквідний характер, як готівкові гроші, тому що акції в будь-який час можуть бути продані на біржі.

Великий обіг цінних паперів привів до створення додаткових спеціалізованих інститутів, які обслуговують фондову біржу.

Найважливішим із них є клірингова палата, яка являє собою своєрідний кооператив брокерів. В її завдання входить вивірка точності укладених контрактів, бухгалтерські розрахунки здійснених протягом дня угод для виявлення зустрічних контрактів і їх клірингового зарахування, здійснення кінцевих розрахунків між купцями і брокерами, що займаються продажем, відправка цінних паперів для відповідних розрахунків.

Іншою складною проблемою є фізичне переміщення цінних паперів, що вирішується за допомогою створення депозитаріїв, тобто компаній, які займаються спеціальним зберіганням різноманітних цінних паперів, обліком їх руху без фізичного переміщення.

Поява депозитаріїв стала якісним стрибком у функціонуванні вторинного ринку цінних паперів: забезпечується фізична безпека, контроль за законністю операцій, аудиторська ревізія, можливість страхування операцій від збитків і втрат. Створені умови для відстеження всього шляху, який проходять цінні папери за весь період свого існування.

Позабіржовий або неорганізований (вуличний ринок) ринок цінних паперів охоплює операції з цінними паперами, які здійснюються поза фондовою біржею.

Аналіз історичних аспектів цього питання показав, що такий ринок бере свій початок від перших угод, які уклалися на вулиці біля фондових бірж після їх закриття. Угоди на ньому реєструються в спеціальному біржовому комітеті. На відміну від біржі, позабіржовий ринок не локалізований і являє собою взаємопов'язану мережу фірм, які проводять операції з цінними паперами. Позабіржові ринки в кожній країні мають свої особливості. Так, в США за вартісним обсягом операцій він практично зрівнявся з обігом центральної Нью-Йоркської фондової біржі. У Японії він становить тільки невелику частку біржового обігу. В Росії основний обіг цінних паперів припадає на позабіржовий ринок.

Позабіржовий ринок одночасно є суперником фондових бірж і їх органічним доповненням. Наприклад, у торгівлі облігаціями позабіржовий ринок доповнює біржовий механізм, у торгівлі акціями біржі і позабіржові інститути є конкурентами. У західній практиці через цей ринок проходить більшість первинних розміщень, а також торгівля цінними паперами, які мають більш низькі оцінки за шкалою якості (порівняно із зареєстрованими на біржі).

Головна особливість позабіржового ринку полягає в системі ціноутворення. Фірма, що проводить операції з цінними паперами поза біржею, діє таким чином: вона купляє їх на власні кошти, а потім перепродає. З клієнта не знімається комісійна плата, як на біржі, але цінні папери продаються з надбавкою до ціни, за якою вони були придбані фірмою, або купляються зі знижкою щодо тієї ціни, за якою вони в

подальшому будуть перепродані. Така націнка або знижка й утворює прибуток посередницької фірми. Позабіржова торгівля цінними паперами здійснюється через особисті чи телефонні контакти, а також через електронний позабіржовий ринок, який включає спеціальні комп'ютерні телекомунікаційні системи.

Біржовий механізм, розроблений ще в середні віки, менш гнучкий порівняно з позабіржовим. Безумовно, технічний прогрес веде до розвитку системи позабіржової торгівлі які більш дешевшої, гнучкої та ефективнішої. Але їх основні характеристики – інформаційна прозорість, гарантованість і надійність – поступаються біржовим. Саме ці якості і створюють певні переваги для біржової торгівлі на етапі становлення фондового ринку.

Основні відмінності між біржами і позабіржовими ринками полягають у такому. У позабіржовому обігу відсутній єдиний фізичний центр для здійснення операцій (тобто немає призначеного для цього приміщення, операційного залу тощо), і угоди з купівлі-продажу цінних паперів здійснюються через комп'ютерні мережі. Якщо біржа діє за принципами аукціону (точніше «подвійного аукціону»), і операції на них регулюються правилами, що встановлюються керівництвом біржі, то на позабіржовому ринку ціни встановлюються шляхом перемовин і за правилами, що регулюють позабіржовий обіг. Учасники біржового процесу діють у межах вузької спеціалізації (брокери, спеціалісти та ін.), посередники ж на позабіржовому ринку часто поєднують функції брокера і спеціаліста.

Таким чином, більш глибоке знання економічної природи фондового ринку і належних йому властивостей дає змогу активно розробляти шляхи кращого використання цієї категорії в практиці господарювання, науково обґрунтувати заходи, спрямовані на фінансове оздоровлення економіки й удосконалення системи фінансових взаємозв'язків.

Висновки з цього дослідження. Умовою функціонування ринку цінних паперів є наявність грошей, а однією із причин появи цінних паперів – потреба суб'єктів господарювання і держави в ресурсах, що забезпечують їхню діяльність.

Фондовий ринок органічно пов'язаний з рухом вартості в її грошовій формі, утворенням і використанням різноманітних грошових фондів у вигляді цінних паперів. За допомогою фондового ринку можна виміряти і визначити динаміку, об'єм, напрям руху грошових ресурсів, спрямованих на розвиток суспільного відтворення, встановити класовий спектр використання грошового капіталу, впливати на соціально-економічні відносини та здійснювати зворотний вплив.

Отже, фондовий ринок – складна організаційно-економічна система з високим рівнем цілісності і закінченості технологічного циклу. Розвиток фондового ринку як необхідного еле-

менту інфраструктури ринкової економіки є чутливим індикатором економічних процесів, що відбуваються, важливим стимулятором економічного розвитку країни. Ринковий механізм буде успішно функціонувати за умови висо-

коорганізованої мережі спеціальних служб і організацій, які забезпечать чіткий розподіл і використання трьох основних чинників ринку – засобів виробництва, грошових коштів і людських ресурсів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кейнс Дж.М. Общая теория ценности процента и денег / Дж.М. Кейнс. Пер. с англ. М.: Прогресс. 1978. С. 215.
2. Кравченко Ю.Я. Фондовый рынок: учеб. пособие для студентов экономических вузов / Ю.Я. Кравченко. К.: Дакор, КНТ, 2008. 733 с.
3. Котлер Ф. Управление маркетингом / Ф. Котлер. М.: Экономика, 1980. С. 18.
4. Макконнелл Кэмпбэл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Р. Макконнелл Кэмпбэлл, Л. Брю Стэнли. Пер. с англ. М.: Республика, 1992. С. 62.
5. Фалью И.Г. Макроэкономика / И.Г. Фалью. Пер. с англ. со 2-го изд. М., 1994. С. 65. О создании финансового рынка // Финансы СССР. 1990. № 7.
6. Филипов Ю.Д. Биржа. Ее история, современная организация и функции / Ю.Д. Филипов. СПб., 2012. 202 с. С. 168.
7. Шиханов Р.Б. Біржі Південної України 1886–1914 рр.: дис. ... канд. іст. наук: 07.00.01 / Р.Б. Шиханов; [Запорізький держ. ун-т]. Запоріжжя, 1999. 236 с. С. 119–135.
8. Robinson J. The Generalization of the General Theory / J. Robinson // The Rate of Interest and Other Essays. L.: MacMillan, 1952. P. 82.
9. World Economic Forum. URL: <http://www.weforum.org>.

КРАУДФАНДИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНЕ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

CROWDFUNDING AS A PERSPECTIVE SOURCE OF FINANCING OF BUSINESS

Повод Т.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Херсонський національний технічний університет

Остапенко А.С.

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Херсонський національний технічний університет

У статті розглянуто краудфандинг як перспективне джерело фінансування бізнесу. Досліджено сутність, види, типи, механізми, принципи, моделі та умови краудфандингу. Проаналізовано основні стартапи і проекти відомих зарубіжних та українських краудфандингових платформ. Визначено проблеми та перспективи подальшого розвитку краудфандингу в Україні.

Ключові слова: краудфандинг, краудфандингові платформи, стартап, проект, фінансування.

В статье рассмотрен краудфандинг как перспективный источник финансирования бизнеса. Исследованы суть, виды, типы, механизмы, принципы, модели и условия краудфандинга. Проанализированы основные стартапы и проекты известных зарубежных и украинских краудфандинговых платформ. Рассмотрены проблемы и перспективы дальнейшего развития краудфандинга в Украине.

Ключевые слова: краудфандинг, краудфандинговые платформы, стартап, проект, финансирование.

The article considers the crowdfunding as a promising source of business financing. The essence, types, mechanisms, principles, models and conditions of crowdfunding are investigated. The main startups and projects of well-known foreign and Ukrainian crowdfunding platforms are analyzed. Problems and prospects of development of crowdfunding in Ukraine are determined.

Key words: crowdfunding, crowdfunding platforms, startup, project, financing.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасному світі економічний розвиток суспільства і його окремих суб'єктів залежить від багатьох аспектів, серед яких важливе місце займає пошук та залучення фінансових ресурсів для розвитку інноваційних сфер економіки. Внаслідок глобалізації і розвитку інформаційних технологій були створені соціальні мережі і нові форми фінансування, які базуються на громадській участі. І тому на сучасному етапі суспільного розвитку одним із глобальних трендів стає суспільна готовність допомагати людям, проекти, ідеї чи інновації яких надихають. Для цього використовують різні інструменти соціальної взаємодії. Одним із них є краудфандинг, експонентний розвиток якого спостерігається у світі впродовж кількох останніх років. Якщо в 2010 р. краудфандингові платформи мобілізували 880 млн. дол., у 2012 р. – 2,7 млрд. дол., у 2013 р. – 6,1 млрд. дол.,

у 2014 р. – 16,2 млрд. дол., то в 2015 р. – понад 34,4 млрд. дол. [1].

За кордоном каталізатором розвитку краудфандингу стала криза 2008–2009 рр., в Україні – події 2014–2016 рр. Народне фінансування Майдану та антитерористичної операції свідчить про стихійну спробу побудови вітчизняної суспільної моделі, яка дає можливість залучати необхідні ресурси за допомогою горизонтальних зв'язків [2, с. 9]. У зв'язку з цим дослідження особливостей розвитку краудфандингу в Україні як частини глобального тренду є досить актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На сучасному економічному етапі питання теорії та практики використання краудфандингу як перспективного джерела фінансування бізнесу в Україні залишаються на стадії дослідження. Окремі теоретичні та практичні аспекти краудфандингу розглядалися у працях таких учених, як О. Васильєва, О. Дудкіна, Л. Єлісеєва, О. Марченко, С. Матющенко, Ю. Петрушенко, Н. Супрун та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Краудфандинг можна розглядати у вузькому та широкому розумінні. У вузькому розумінні краудфандинг – це залучення коштів на реалізацію проекту від багатьох фізичних осіб. У перекладі з англійської (crowd – натовп, funding – фінансування) це поняття означає «народне фінансування». У широкому розумінні краудфандинг – це співпраця, кооперація людей, які добровільно надають фінансову підтримку стартапу, інноваційному проекту, ідеї або організації. Така допомога не завжди є односторонньою та має альтруїстичний характер [3, с. 145]. Часто особи, які здійснюють грошові пожертви, насправді виступають інвесторами, отримуючи за це певну вигоду.

Краудфандингові проекти можуть мати соціальний, комерційний, політичний характер тощо. Суб'єктами краудфандингу є донори та реципієнти. Донори (бекери) можуть здійснювати пожертви для реалізації проекту або ж отримання нефінансової (подарунок, попереднє замовлення продукту) чи фінансової (акції, роялті, повернення коштів із відсотком) винагород. Проект можна запустити безкоштовно, проте для його успіху необхідне максимальне залучення людей. Для цього потрібно не лише зареєструватися та вибрати схему фінансування, а й провести масштабну маркетингову кампанію, заручитися довірою й підтримкою багатьох користувачів платформи через соціальні мережі та засоби масової інформації тощо [2, с. 9].

Краудфандинг не є новим явищем у світовій економіці [4, с. 26; 5, с. 172]. Вважається, що термін «краудфандинг» з'явився одночасно з терміном «краудсорсинг» в 2006 р., і його автором є Джефф Хау (Jeff Howe) [6, с. 10], однак саме явище з'явилося набагато раніше. Масового характеру краудфандинг набув із появою і розвитком інтернету. Першим прикладом інтернет-краудфандингу був збір коштів на організацію гастрольного туру рок-групи Marillion. У 1997 р. без будь-якої участі самої групи її шанувальники організували і провели інтернет-кампанію зі збору коштів для фінансування музичного туру групи по всій території США. Їм вдалося зібрати 60 тис. дол. Пізніше група використала цей метод для запису і просування кількох своїх альбомів. Саме відтоді краудфандинг набув широкого поширення і в інші сфери суспільства та бізнесу [7].

Але окремі дослідники вважають, що його становлення розпочалося ще з 1949 р., коли комедійний актор М. Берле провів перший телемарафон на підтримку Фонду досліджень раку імені Д. Раніона для збору соціальних пожертв [8, с. 25]. Тоді за 16 годин було зібрано понад 100 тис. дол. Проте, як зазначено вище, глобальним феноменом краудфандинг став лише після кризи 2008–2009 рр.

Залежно від отримуваної доходності в результаті реалізації проектів краудфандингові платформи підрозділяються на 4 основні типи:

1) Краудлендинг. Згідно з прийнятою бізнес-моделлю, інвесторами надаються позики позичальникам за обов'язкової умови повернення цих позик і, як правило, за умови оплати комісії платформі, що дає можливість позичальникові отримати кошти для розвитку бізнесу.

2) Краудінвестинг. Форма корпоративного фінансування, де повернення інвестицій – частина підсумкового сукупного доходу компанії-позичальника. На відміну від краудлендингу, частина активу надається без нарахування комісії. Ця форма фінансування найчастіше використовується стартапами.

3) Крауд-дотації. Ця бізнес-модель не передбачає отримання виплат або повернення інвестицій інвесторам.

4) Краудсаппортинг. Під час реалізації цієї бізнес-моделі інвестори не отримують фінансову винагороду, при цьому їхній дохід складається з отримуваних продуктів або послуг у результаті реалізації проекту.

Є 7 основних принципів, яким повинні слідувати всі краудфандингові проекти [7]:

1. Принцип успішності краудфандингового проекту – інтерес великої кількості людей, які задіяні в одній проблематиці.

2. Емоційна залученість учасників. Це означає, що ідея повинна зачіпати почуття тих, хто буде її інвестувати.

3. Забезпечення інвесторів так званою нагородою. Так, наприклад, якщо людина збирає гроші на видавництво книги коміксів – вона дарує усім, хто допоміг зібрати гроші, примірник цієї книги.

4. Повинна бути чітка і конкретна мета всього проекту. Всі учасники акції повинні розуміти, чи є у зборі грошей практичний сенс. Тому в краудфандингових проектах зазначена кінцева сума. Якщо цієї суми не оголошено, то інвестори просто не можуть оцінити ні реалізованість ідеї, ні серйозність намірів автора.

5. Довіра. Один із надійних і простих способів підвищити довіру – забезпечити верифікацію всіх рахунків і гаманців для збору грошей. Практично всі платіжні системи дають можливість підтвердити те, що власник гаманця реальний і він не шахрай. А якщо збором займається комерційна організація – вона просто зобов'язана дати всі свої реквізити, за якими її може легко перевірити будь-яка людина.

6. Повна прозорість збору коштів. Інвесторам важливо бачити, що їхні гроші надійшли на рахунок одержувача. І не менш важливо бачити, на які цілі ці гроші були витрачені. Якщо велику частку бюджету надав спонсор – користувачі теж повинні знати про це. Така можливість не тільки підвищить довіру до проекту, але і надихне інвесторів.

7. Останній принцип – зручність використання. Якщо є зручна кнопка для переказу грошей – її

натиснуть, якщо немає – ніхто не піде в банк і не буде стояти у черзі, щоб надіслати свої 100 грн.

Стисло механізм роботи краудфандингу можемо розкрити таким чином. Компанія чи окрема людина звертається до краудфандингової компанії з певною ідеєю. Краудфандингова компанія проводить перевірку ідеї на правомірність, актуальність, можливість та перспективи реалізації, прораховує усі можливі ризики. Після схвалення ідеї на базі краудфандингової платформи створюється проект та оголошується сума, яку необхідно зібрати для його реалізації, і терміни збору коштів. Також оголошується винагорода, яку можуть отримати майбутні донори. Автор проекту разом із краудфандинговою компанією починає рекламу проекту через соціальні мережі, засоби масової інформації, рекламні заходи й акції. Мінімальний вклад може становити, наприклад, 5 дол. США, що робить інвестування доступним для багатьох верств населення. Гроші акумулюються на транзитному рахунку краудфандингової компанії [9, с. 37].

Крім того, автор проекту обговорює з краудфандинговою компанією, за якої умови він отримує кошти. Сьогодні є 6 видів варіантів таких умов:

1) «все або нічого» – кошти переводяться на рахунок автора проекту лише за досягнення заявленої у проекті суми. Якщо необхідна сума не набирається, то гроші в повному обсязі повертаються вкладникам;

2) «залишити все» – зібрані кошти передаються автору проекту у будь-якому разі;

3) «підписка» – кошти перераховуються від вкладника відразу на рахунок автора проекту. Така модель найбільш використовується у благодійних проектах;

4) «вільна ціна» – вкладники особисто вирішують, скільки потрібно для фінансування ідеї. Автор отримує всі зібрані кошти;

5) «постійне фінансування» – постійно діюча модель, за якої фінансування переходить у подальші етапи фактичного фінансування діяльності, попередніх замовлень і залучення клієнтів;

6) «переломний момент» – кошти перераховуються автору проекту у разі досягнення суми, меншої за оголошену вартість проекту, якщо автор впевнений, що цих коштів мінімально має вистачити для реалізації ідеї [9, с. 38].

Отже, зібрані гроші за певних умов перераховуються автору проекту або повертаються донорами у повному розмірі. Практично до кожної краудфандингової платформи прикріплено колекторське агентство, яке у разі виникнення певних проблем займається поверненням коштів донорам.

У разі перерахування коштів автору ідеї він має винагородити вкладників. Виділяють 3 основні моделі винагороди донорам: без винагороди, нефінансова винагорода, фінан-

сова винагорода. Моделі без винагороди та з нефінансовою винагородою притаманні майже всім некомерційним та благодійним проектам. Нефінансова винагорода частіше за все буває у вигляді сувеніра, листа з подякою донору, подяки у соціальній мережі, іншого символічного подарунку. Фінансова винагорода характерна для комерційних проектів. Є 3 основні варіанти винагороди:

1) донор стає акціонером компанії, яка висуває проект для фінансування;

2) донор отримує частину прибутку компанії автору проекту;

3) донор виступає позикодавцем. У певний строк компанія, яка отримала гроші на реалізацію проекту, повинна повернути донору його гроші та виплатити відсоток за користування його коштами.

Після завершення проекту з людини чи компанії, яка провадила збір коштів, краудфандингова компанія за свої послуги стягує певну плату. Ця плата за загальним правилом становить відсоток від отриманої суми. У світі цей відсоток коливається від 3% до 10%.

Контроль за виконанням обов'язків компанії, яка збирала кошти, та захистом інтересів донорів, а також юридичне оформлення їх відносин здійснює краудфандингова компанія.

Краудфандинг є доволі вдалим та простим механізмом фінансування для інноваційного бізнесу. Він дає підприємцю змогу отримати фінансування без допомоги банків, бірж чи венчурних фондів. Крім життєздатного проекту, компанії потрібно лише мати рахунок у банку. Це суттєво полегшує процес фінансування. Крім того, компанія, яка провадить збір коштів, може залучити кошти величезної маси людей на умовах, які будуть набагато вигіднішими, ніж ті, які можуть запропонувати банки чи фонди. Важливим є і те, що підприємство за кількістю донорів може вельми об'єктивно провести аналіз зацікавленості людей у результаті ідеї, на яку збирають кошти. Якщо люди голосують за щось власними коштами, то вони вважають це цікавим чи необхідним. Також розміщення на краудфандинговій платформі – це додаткова реклама свого підприємства чи продукту, що дозволяє підприємцю ще раз заявити ринку про себе, робить його продукцію більш упізнаваною.

Механізм краудфандингу більш відкритий і доступний для розуміння та використання пересічним громадянам, ніж інші можливі варіанти залучення коштів. Можливість вкладати мізерні суми та простота процесу вкладення істотно збільшує кількість потенційних інвесторів [9, с. 38–39].

Також краудфандинг дає можливість фінансування компанії за допомогою продажу малих часток підприємства широкому колу інвесторів. Цей тип краудфандингу отримав особливу увагу американських посадових осіб. У квітні 2012 р. віце-президент США Барак Обама під-

писав закон під назвою JOBS Act (Jump start Our Business Startups Act), що дозволяє стартап-компаніям збирати до 1 млн. дол. за допомогою краудфандингу, без подання паперів та реєстрацій на продаж акцій, як практикувалося раніше [7]. З кожним роком цей інноваційний інструмент розвитку бізнесу набирає обертів. Так, загальний обсяг збору коштів краудфандингу у світі в 2015 р. вже становив 34 млрд. дол. Лідерами із залучення коштів стали країни Західної Європи та Північної Америки [10].

Однією з найвідоміших світових краудфандингових платформ є Kickstarter, яка була заснована в 2009 р. [13]. Вона спрямована на реалізацію насамперед інноваційних проектів. Найбільшим попитом користуються ідеї, що пов'язані з технічними винаходами, софтом, музикою чи відео. Власник проекту зобов'язаний визначити термін та мінімальну суму коштів, яку необхідно зібрати за допомогою краудфандингової платформи. Він повинен розмістити опис стартапу за однією з категорій платформи: мистецтво, ремесло (рукоділля), танець, дизайн, мода, кіно і відео, продукти харчування, журналістика, ігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр тощо [2, с. 9]. Якщо за вказаний термін необхідна мінімальна сума не була зібрана, гроші повертаються донорам.

Визначально, що саме 3 березня 2014 р. – день, який зробив краудфандингову модель по-справжньому популярною. Цього дня американська платформа Kickstarter залучила загальне фінансування розміром в 1 млрд. дол. Також вражає те, що компанія, яка займалася фінансуванням фільму «Veronica Mars», поставила рекорд у часі збирання коштів: вони зібрили 2 млн. дол. за 12 годин на платформі Kickstarter. Зараз у світі налічується приблизно 6 млн. активних користувачів краудфандингових платформ [11]. Є низка випадків, коли перспективні проекти збирають набагато більше коштів, ніж просять розробники. Так, наприклад, годинники на базі «електронного паперу» «Pebble». Розробники просили 100 тис. дол. на реалізацію проекту, а отримали 10 млн. дол.

Першим офіційно зареєстрованим веб-сервісом для краудфандингу був сайт Artist Share, який був створений на початку 2000-х років з метою допомогти музикантам записувати їхні альбоми [11]. Слідом за ним з'явилися сайти для кіноіндустрії (наприклад, у 2002 р. засновано сайт FilmVenture.com) [7; 12, с. 106].

Kickstarter отримує 5% усіх залучених коштів. Цю платформу часто критикують, звинувачуючи її в надмірній комерціалізації та специфіці відбору проектів. Водночас окремі користувачі розглядають цю краудфандингову платформу не як соціальний проект, а як магазин попереднього продажу продуктів. Найбільш відомими проектами Kickstarter стали смарт-годинники Pebble, консоль OUYA, 3D-принтер FORM 1, окуляри Oculus Rift тощо. Їм вдалося мобілізу-

вати 10,3 млн. дол., 8,6 млн. дол., 2,9 млн. дол., 2,4 млн. дол., відповідно. Проте українців на Kickstarter мало, тому що основними перешкодами для цього є мовний бар'єр та проблеми з виведенням коштів [11].

Найбільшими українськими стартапами, які були профінансовані за допомогою Kickstarter, стали LaMetric (зібрано 369 тис. дол.), Petcube (251 тис. дол.), iBlazr (156 тис. дол.). LaMetric – універсальний годинник, розроблений львівською командою, який показує температуру, погоду, новини з бірж тощо. iBlazr – світлодіодний спалах для смартфонів та планшетів, який вільно синхронізується з iPhone, iPad та Android. Не менш успішним серед українських проектів став стартап Petcube, який призначений для дистанційного нагляду за домашніми тваринами. На Kickstarter проект Petcube з'явився в 2013 р. Підготовка інноваційного проекту зайняла майже 14 місяців [11]. За короткий термін проекту вдалося акумулювати 3,8 млн. дол. інвестицій. Нині компанія має офіси в Києві, Сан-Франциско, Шеньчжені, а її виробниці реалізуються найбільшими торговельними мережами BestBuy, Amazon, Petco. Станом на початок лютого 2017 р. Petcube представив ще два успішні проекти на Kickstarter. В одному разі засновники зібрили 251 225 дол. (було заплановано 100 тис. дол.) від 1758 інвесторів, у другому – 319 193 дол. (за планом – 200 тис. дол.) від 2229 інвесторів. Про вагомість таких інноваційних проектів свідчить і той факт, що їх розробники потрапили до списку 100 людей – творців змін у Європі [11].

Нині відомі ще щонайменше три інноваційні проекти, запропоновані українцями, які отримали визнання на Kickstarter: Jollylook, Senstone, RollSpin [13]. Jollylook – фотокамера для миттєвих знімків, виготовлена з переробленого паперу та картону. Проектна група із Запоріжжя поставила за мету зібрати 15 тис. дол., тоді як лише за одну добу отримала 90 тис. дол. Senstone – технологічний приклад, який схожий на чорний кулон, що дає змогу перетворювати голосові сигнали у текст. Львівський проект уже зібрав 154 722 дол. від 1481 донора, хоча початково планувалося отримати лише 50 тис. дол. RollSpin – одеський стартап, що пропонує анти-стресову дзигу, зібрав близько 17 тис. дол. від 320 донорів.

Зазначимо, що всі перераховані проекти належать до категорії Product Design, які особливо користуються попитом на Kickstarter. Водночас низка специфічних вимог цієї краудфандингової платформи може створити перешкоди для реалізації українських стартапів: по-перше, наявність рахунку на Amazon Payments; по-друге, наявність у команді представника із США або однієї з країн, де офіційно запущений Kickstarter [11].

Ще однією світовою краудфандинговою платформою, з якою співпрацюють українці, є Indiegogo [14]. На цій платформі немає обме-

жень щодо типу проекту та географічної локації компанії. Найбільш успішними напрямками на такій платформі є проекти, які покращують побут та навколишнє екосередовище. Перевагою цього краудфандингового майданчика є гнучке фінансування, коли реципієнт отримує зібрану суму навіть за умови, коли запланована мінімальна сума не була отримана. Крім того, на Indiegogo нещодавно з'явилася опція «безкінечний краудфандинг», коли не вказується крайній термін завершення кампанії. Найбільш успішними проектами Indiegogo стали смартфон Ubuntu Edge (понад 13 млн. дол.), вулик Flow Hive (11,32 млн. дол.), розумний шолом Skullly (2,8 млн. дол.), сімейний робот Jibo (2,3 млн. дол.). Якщо для авторизації на Kickstarter та можливості акумулювання коштів необхідно мати статус місцевого резидента, то для Indiegogo – лише рахунок у банку.

Крім того, є чимало вузькоспеціалізованих краудфандингових платформ. Реалізації музичних, літературних проектів сприяють PledgeMusic, Unbound та Distrify, тоді як створенню стартапу – Fundable, Crowdcube та Seedrs. Проте в кожному із цих проектів варто пояснити, чому саме цей проект заслуговує на інвестування, чим він буде корисний суспільству, як змінить світ та як інвестиції повернуться донорам [2, с. 9].

У такий спосіб українці мають можливість представляти власні стартапи на іноземних майданчиках та долучатися до фінансування чужих проектів. Таким чином, можемо стверджувати, що проблема довіри та мотивації є ключовою у розвитку краудфандингових платформ в Україні.

Загалом на території України краудфандинг є досить новим феноменом. Проте останнім часом з'явилося кілька власних вітчизняних краудфандингових платформ. Їх поява стала можливою через відродження традицій меценатства, поступову відмову від пострадянських звичок патерналізму, надмірної споживацької поведінки та пасивної громадянської позиції тощо [15, с. 37]. Однією з найбільш успішних платформ краудфандингу в Україні є biggggidea.com, яка створена у 2009 р. для обміну ідеями між соціально активними людьми. На базі Big Idea з 2012 р. стартувала краудфандингова платформа «Спільнокошт», яка стала першим майданчиком колективного фінансування в Україні. На думку засновників платформи, вона

спрямована на реалізацію проектів, які здатні забезпечити системні зміни в суспільстві та сприяти економічному зростанню національної економіки. На платформі розміщують проекти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, науки, професійних подорожей та журналістики. Донори переважно фінансують проведення фестивалів, громадське телебачення, радіо, документальні та медичні проекти, міські інновації. Найбільший успіх тут мають проекти соціального спрямування, які формують соціальний капітал суспільства та дають змогу отримати дохід його розробникам. Зрозуміло, що тут обсяг коштів акумулюється значно менший порівняно із зарубіжними платформами, проте це дає можливість оцінити попит на інноваційні продукти. Завдяки «Спільнокошту» фінансування отримали стартапи Hromadske.tv та Громадське радіо [2, с. 9].

На сучасному етапі український краудфандинг має переважно соціально-культурну спрямованість, оскільки донори віддають перевагу фінансуванню соціальних проектів, які змінюють саме культурне середовище.

Висновки. Можна підсумувати, що таке поняття, як краудфандинг, є не тільки актуальним, але також має великі перспективи розвитку як у світі, так і в Україні. Краудфандинг має потенціал стати альтернативною формою фінансування бізнес-проектів на ранній стадії. Ключовими перевагами краудфандингу є підтримка інноваційних рішень і стартапів, створення прозорого та ефективного механізму для народного фінансування проектів. Сучасний ринок традиційного інвестування має певний фінансовий поріг, а краудфандинг знімає це обмеження для потенційного інвестора і дозволяє авторам ідей обійти консерватизм інвестиційного ринку і реалізувати найсміливіші проекти.

Також краудфандинг у найближчому майбутньому може зайняти провідне місце на ринку залучення фінансових ресурсів. Сьогодні все більше стартапів, пов'язаних з інформаційними технологіями, залучають фінансування для свого розвитку саме через краудфандингові платформи.

Сьогодні вимагає залучення активних наукових розробок стосовно маркетингу краудфандингу, а також застосування цього джерела залучення коштів у проектах, які стосуються соціально-економічного розвитку суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Massolution in their 2015 Crowdfunding Industry Report. URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
2. Єлісеєва Л.В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2017. № 23-1. С. 8–11.
3. Діамандіс П., Котлер С. Переможець: як досягти колосального успіху і вплинути на світ. – Київ: K. Fund, 2016. 253 с.
4. Марченко О. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види. Вісник Національного університету «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого». 2013. № 4(15). С. 26–35.

5. Петрушенко Ю., Дудкін О. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. № 1. С. 172–182.
6. Джефф Хау. Краудсорсинг. Колективний розум як інструмент розвитку бізнесу. Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. – М.: Альпіна Паблішер. 2012. 288 с.
7. Манаєнко І.М., Діденко А.С. Краудфандинг як інноваційний інструмент розвитку бізнесу. URL: <https://www.google.com.ua/search?ei=H8wWWpyZMsnA6QTx-7DICA&q=Манаєнко/>.
8. Crowdfunding's Potential for the Developing World. Washington: World Bank, 2013. 103 p.
9. Васильєв О.В., Матющенко С.С. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 18. С. 36–40.
10. Crowd Funding info and news site. URL: <https://www.crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.
11. Сайт допомоги проектам на Kickstarter.com в Україні. URL: <https://www.kickstart.com.ua/>.
12. Karelians Sergey. Crowd funding prospects: in the USA – the law, in Russia – fraud. Slon.ru. № 3. 2013. P. 101–107.
13. Kickstarter. URL: <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello/>.
14. Єлісєєва Л.В. Експонентний розвиток краудфандингу як інструмент активізації інноваційної діяльності. Економіка та суспільство. 2017. № 8. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>.
15. Супрун Н. Соціальне підприємництво як механізм розбудови солідарної економіки. Матеріали міжнародного симпозіуму «Соціальна та економічна солідарність – український вибір». Київ. 2016. С. 36–38.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ БАНКУ

THEORETICAL SUBSTRACTION OF ESSENCE OF REPUTATIONAL BANK RISK

Сороківська З.К.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри банківської справи,
Тернопільський національний економічний університет

У статті проведено дослідження теоретичних підходів до трактування сутності ризику та репутаційного ризику банку. Визначено особливості ділової репутації для банківської установи та чинники, які на неї впливають. Наведено класифікацію репутаційного ризику, а також показано, яке місце займає даний вид ризику в банківській діяльності.

Ключові слова: банк, ризик, репутація, ділова репутація, банківські ризики, репутаційний ризик.

В статье проведено исследование теоретических подходов к трактовке сущности риска и репутационного риска банка. Определены особенности деловой репутации для банковского учреждения и факторы, которые на нее влияют. Приведена классификация репутационного риска, а также показано, какое место занимает данный вид риска в банковской деятельности.

Ключевые слова: банк, риск, репутация, деловая репутация, банковские риски, репутационный риск.

The article examines theoretical approaches to the interpretation of the essence of risk and reputation risk of the bank. Determined features of business reputation for a banking institution and key factors influencing it. The article gives a classification of reputational risk, as well as the location of this type of risk in banking activity.

Key words: bank, risk, reputation, business reputation, bank risks, reputational risk.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Банківська діяльність пов'язана з високим ступенем ризику, який її супроводжує. Серед різноманітних загроз, які призводять до економічного спаду, особливе місце належить репутаційному ризику, характер якого зумовлює не надто високу якість управління ним. В умовах економічної нестабільності даний ризик стає небезпечним інструментом конкурентної боротьби, причиною банкрутства не лише одного банку, а й цілої банківської системи. Взаємовідносини між банками та клієнтами базуються на довірі як необхідному елементі ведення банківського бізнесу. Саме довіра може бути втрачена внаслідок негативної репутації банку. Події, які мають місце на сучасному етапі в банківському секторі, зумовлені певною мірою зростанням недовіри з боку суспільства, що призводить до виникнення репутаційного ризику. Репутаційний ризик недостатньо досліджений у працях економістів, оскільки до недавнього часу він не перебував у полі зору як теоретиків, так і практиків. Проте ситуація докорінного змінилася, загострилася конкурентна боротьба у банківському секторі, що й зумовило актуальність дослідження сутності репутаційного ризику банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблема репутаційного ризику присвячено праці низки як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Зокрема, даною проблематикою займалися Е. Гріффін, А. Заман, М. Акатьєва, Ю. Євлахова, Ю. Кім, А. Єрмакова та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Проблема дослідження сутності репутаційного ризику та його місця в системі банківських ризиків у працях вітчизняних та зарубіжних учених не приділяється достатньої уваги. У більшості досліджень репутаційний ризик розглядається як один із видів ризиків банківської діяльності без приділення належної уваги його особливостям та методам управління ним. Загалом в умовах постійно зростаючої недовіри до банківської системи актуальним постає формування теоретичних засад щодо трактування сутності репутаційного ризику.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – розглянути підходи до трактування сутності репутаційного ризику та показати, яке місце він займає у сучасній банківській діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Стабільна та надійна банківська система є запорукою ефективного функціонування та сталого розвитку економіки. Головне завдання банківської системи полягає у підтримці економічного зростання шляхом підкріплення грошових ресурсів до тих секторів, у яких відчувається їх нестача. Саме такі завдання вирішує банківська система України в умовах стратегічного орієнтування країни на розвиток національної банківської системи.

Діяльність банківських установ є однією з найбільш ризикових форм підприємництва. Ризики супроводжують будь-яку банківську операцію, і управління ними є надзвичайно актуальним питанням. Сучасна банківська система України функціонує в нестабільних політичних та економічних умовах за недостатньо розвинутого фінансового ринку, недосконалого законодавства, зростання конкурентної боротьби, саме тому головним завданням стає організація ефективної системи управління ризиками банків, що включає у себе способи оцінки ризиків, сучасні та актуальні інструменти ризик-менеджменту.

Впродовж 2015–2017 рр. банківська система України обтяжена численними загрозами та ризиками, зокрема зміною економічної кон'юнктури країни, частковою втратою активів у результаті воєнних дій, впливом глибокої девальвації національної валюти та втратою платоспроможності низки банків. Банківський сектор України зазнав суттєвих негативних фінансових наслідків, що виявилися у суттєвому зменшенні банківського капіталу, збитковості банківської діяльності, зниженні ліквідності та фінансової стійкості банківських установ.

А тому фінансова система України та її учасники, найбільш активними із яких нині є банківські установи, відчувають різке падіння рівня власної економічної безпеки і зростання рівня ризиків зовнішнього та внутрішнього походження.

Ризики в діяльності банків України залишаються на високому рівні, і це не дає змоги банкам вийти на прибутковий рівень своєї роботи, тому є нагальним питанням створення адекватної системи управління ризиками, що буде враховувати специфіку діяльності фінансових установ та комплексно боротися із впливом ризиків, а не залишати банки самотужки справлятися з даними проблемами.

Ризики є характерним складником банківської діяльності, адже, здійснюючи фінансово-економічну діяльність, невід'ємним є високий ступінь впливу на управлінські рішення різноманітних чинників та дій контрагентів, які важко прорахувати. Саме тому виникнення ризику в майбутньому пов'язується з нечіткістю, труднощом точного передбачення перебігу подій.

Досі відсутній єдиний підхід до визначення категорії «ризик». Термін «ризик» походить із

грецької мови – стрімчак, скеля. В італійській мові – небезпека, погроза; лавірувати між скель. У французькій мові – погроза, ризикувати (буквально – об'їжджати стрімчак, скелю) [1, с. 266].

Науковці, що досліджували ризик, досить суперечливо дають визначення даній категорії (табл. 1).

На нашу думку, ризик – це ймовірність отримання результату, як сприятливого, так і несприятливого, що не завжди відповідає очікуванням, унаслідок прийняття рішень або виникнення непередбачених обставин.

Загалом охарактеризувати ризик можна такими ознаками:

- усі види економічної діяльності знаходяться під впливом ризику;
- ризик має стосуватися певного об'єкта;
- ризик має ймовірнісний характер реалізації;
- неможливість точно спрогнозувати прояву ризику в часі і просторі;
- мають бути прийняті рішення щодо передбачення та оцінки ризику.

У цілому принципової різниці між ризиком і банківським ризиком немає, існує лише уточнення джерела виникнення ризику – банк.

Банківський ризик – це гіпотетична можливість настання збитку, понесення збитків або упущення вигоди в процесі прийняття управлінських рішень [12, с. 23].

Ми можемо зробити висновок, що банківські ризики мають ознаки економічної категорії ризику, але виникають банківські ризики безпосередньо під час здійснення банківської діяльності. Під час здійснення активно-пасивних операцій створюються фінансові ризики, організаційна діяльність породжує операційні ризики, вплив зовнішнього середовища створює умови для появи функціональних ризиків.

На основі оцінки ризиків Національний банк визначає банківський ризик за його впливом на капітал і надходження. Ризик – це ймовірність того, що події, очікувані або неочікувані, можуть мати негативний вплив на капітал та/або надходження банку [13].

Для ефективної оцінки ризиків необхідно чітко розуміти, які види ризиків мають вплив на діяльність банківських установ. А саме тому є потреба в класифікації ризиків.

Комплексна класифікація банківських ризиків дасть змогу змоделювати банківську діяльність, здійснювати пошук внутрішніх резервів для підвищення рівня здійснюваних операцій та ефективності діяльності банківської установи у цілому.

Національний банк України в Методичних указівках з інспектування банків «Система оцінки ризиків» виділяє дев'ять категорій ризику, а саме: кредитний ризик, ризик ліквідності, ризик зміни процентної ставки, ринковий ризик, валютний ризик, операційно-технологічний ризик, ризик репутації, юридичний ризик та стратегічний ризик. Саме такої класифікації дотримуються вітчизняні комерційні банки.

Таблиця 1

Підходи до трактування категорії «ризик»

Л. Тепман [2, с. 47]	Ризик – це можливість виникнення несприятливих ситуацій під час реалізації планів і виконання бюджетів підприємства
І. Бланк [3, с. 168]	Ризик – це ймовірність виникнення несприятливих наслідків у формі втрати доходу чи капіталу в ситуації невизначеності умов здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства
М. Грачова [4, с. 38]	Ризик – це можливість виникнення в ході реалізації проекту несприятливих ситуацій і наслідків
В. Кривов [5, с. 16]	Ризик – це можливість настання певної несприятливої події
А. Загородній, Г. Вознюк, Т. Смовженко [6, с. 37]	Ризик – це усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей у зв'язку з випадковими змінами умов економічної діяльності, несприятливими обставинами
О. Грунін, С. Грунін [7, с. 35]	Ризик – це причина, рушійна сила, що здатна породити небезпеку чи спричинити збитки
А. Івасенко [8, с. 43]	Ризик – це ситуативна характеристика діяльності будь-якого суб'єкта ринкових відносин, що відображає невизначеність її результату і можливі несприятливі (або, навпаки, сприятливі) наслідки у разі неуспіху (або успіху)
С. Філін [9, с. 28]	Ризик – це ймовірність (загроза) втрати частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат і (або) зворотне – можливість отримання значної вигоди (доходу) в результаті здійснення підприємницької діяльності в умовах невизначеності
Ю. Кіньов [10, с. 75]	Ризик – це наслідок дії або бездіяльності, у результаті якої існує реальна можливість отримання невизначених результатів різного характеру, що як позитивно, так і негативно впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства
О. Єгорова [11, с. 8]	Ризик – це ситуація, що пов'язана з наявністю вибору з передбачуваних альтернатив шляхом оцінки ймовірності настання події, яка містить ризик, що призводить як до позитивних, так і негативних наслідків

Ризик репутації – це той вид ризику, якому до недавнього часу не приділялося належної уваги. Це той ризик, який потребує детального дослідження як його сутності, так і місця у системі банківських ризиків.

Перш ніж перейти до розгляду сутності репутаційного ризику, необхідно розглянути сутність категорії «репутація».

Так, репутація в перекладі з французької означає загальну думку, яка склалася про якості, переваги та недоліки когось або чогось.

Репутація є нематеріальним активом, який являє собою оцінку діяльності фізичної чи юридичної особи з позиції її ділових якостей. Позитивна репутація дає змогу установі мати стійку конкурентну перевагу на ринку. Репутація банку є об'єктивно-суб'єктивним явищем. Об'єктивним, оскільки конкретна репутація існує незалежно від думки окремої людини. Суб'єктивним, оскільки значною мірою залежить від ступеня задоволеності й лояльності кожного окремого суб'єкта споживача послуг.

Говорячи про ділову репутацію банку, слід зазначити, що це його характеристика поведінки, яка формується у суспільстві на протязі тривалого періоду часу. Погіршення ділової репутації здатне миттєво підірвати фінансову стійкість банку, а також зумовити застосування пруденційних заходів із боку наглядових органів. Ділову репутацію банку слід розглядати як комплексну оцінку, як своєрідний рейтинг

із погляду різних цільових аудиторій. Ділову репутацію банку можна розглядати в широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні – це сукупне сприйняття громадськістю банку і його діяльності, яке відображає ступінь довіри до нього як фінансової організації і потенційну можливість прибуткової діяльності. У вузькому розумінні ділова репутація комерційного банку – це вартість банківського бренду.

Ділова репутація банку формується під впливом цілої низки чинників: фінансового стану; терміну роботи на ринку; частки, яку займає на ринку банк; різноманітності пропонованих послуг; якості обслуговування; рекламної та брендової політики; репутації керівництва банку; взаємовідносин із державними та регулюючими органами; наявності авторитетних клієнтів і міжнародного визнання; соціальної позиції банку.

Позитивна ділова репутація має велике значення для банківської установи і полягає у такому: зростають конкурентні переваги; підвищується вартість банку; сприяє довгостроковому розвитку банку; забезпечує привабливість установи при наборі кадрів; сприяє росту обсягу послуг, що надаються; сприяє лояльності клієнтів під час вибору банківських продуктів; збільшує рентабельність і прибутковість. Позитивна репутація банку формує образ надійного банку з огляду на його ділові характеристики, методи ведення бізнесу, організацію відносин із клієнтами і контрагентами.

На жаль, події останніх кількох років дають усі підстави говорити про негативну, сумнівну репутацію банківських установ, наслідком чого є втрата довіри з боку клієнтів, що відповідно проявляється в значних сумах збитків, які несе банківська система країни у цілому. Погіршення репутації є небажаним для банку явищем, призвесте до якого можуть ризикові події.

Одностороннього трактування суті репутаційного ризику не існує. На думку А.А. Єрмакова, репутаційний ризик – це ймовірність утрати ділової репутації, яка може спричинити фінансові збитки або ж недоотримання прибутку, а також зниження ліквідності [14, с. 146].

Ю.К. Кім вважає, що репутаційний ризик – це сукупність ризиків, які pojawiaються у процесі функціонування компанії й які пов'язані з невдалим використанням бренду, виробництвом неякісних продуктів та послуг, недотриманням законодавства, а також зі збитками, нанесеними репутації, що загрожує в довгостроковій перспективі довірі з боку клієнтів, акціонерів, партнерів та інших зацікавлених сторін [15, с. 26].

Федеральна резервна система трактує репутаційний ризик як можливість того, що розголошена негативна інформація про діяльність кредитної організації, будь вона правдива чи ні, зумовить зменшення клієнтської бази, значні судові витрати або зниження доходів [16].

За визначенням Національного банку України репутаційний ризик – це наявний або потенційний ризик для надходжень капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття іміджу фінансової установи клієнтами, контрагентами, акціонерами (учасниками) або органами нагляду. Ризик репутації має місце на всіх рівнях організації, тому банки повинні відповідально ставитися до своїх стосунків із клієнтами та суспільством [17].

Закономірно, що репутаційний ризик не може існувати ізольовано від інших банківських ризиків. Він проявляється у комплексі з іншими ризиками, притаманними банківській діяльності: політичними, економічними, кредитними, ліквідності, операційними, правовими.

Разом із тим репутаційний ризик підлягає класифікації. Так, залежно від причин, природи і місця виникнення виділяють зовнішній і внутрішній репутаційні ризики. Внутрішній виникає як результат функціонування кредитної організації і його виникнення обумовлене складом клієнтської бази, спектром послуг, що надаються, технологічними можливостями, інформаційною базою. Особливостями внутрішнього репутаційного ризику є відсутність їх зумовленості чисто грошовими факторами, наявність персональних і технічних параметрів. Серед внутрішніх репутаційних ризиків виділяють:

- персональні, або кадрові;
- матеріально-технічні;
- структурно-процесуальні [18, с. 58].

До зовнішніх належать ризики, які впливають на діяльність комерційного банку ззовні: економічні, політичні, технічні, соціальні.

Поділ репутаційного ризику на допустимий, критичний і катастрофічний зумовлений традиційною градацією ризиків, яка міститься в економічній літературі. Так, допустимим ризик є тоді, коли підприємницька діяльність зберігає свою економічну доцільність, утрати мають місце, проте вони не перевищують величини прибутку; критичні – очікувані втрати перевищують розмір прибутку і можуть сягнути суми доходів; катастрофічні – втрати вище критичного рівня і максимально можуть дорівнювати величині, що дорівнює вартості майна.

Поява репутаційного ризику є наслідком дії загроз зовнішнього і внутрішнього середовища. Основні чинники, які визначають рівень репутаційного ризику банку, можна розділити на дві групи: зовнішні та внутрішні.

До внутрішніх чинників слід віднести: ступінь прозорості фінансової та бухгалтерської звітності; динаміку показників фінансового стану банку; рівень плінності кадрів; корпоративну культуру банку; особливості бізнес-процесів, що реалізуються; якість послуг; наявність ризик-менеджменту.

Зовнішні чинники включають у себе рівень довіри; впізнаваність бренду на ринку банківських послуг; динаміку розвитку клієнтської бази; негативні відгуки про банківську установу в засобах масової інформації; наявність соціального складника в діяльності банку.

Загалом експерти ранжують банківські ризики за ступенем важливості так:

- кредитний ризик – 60%;
- ризик ліквідності і платоспроможності – 55%;
- валютний ризик – 42%;
- ціновий ризик – 35%;
- операційний ризик – 30%;
- ризик репутації – 20%;
- ІТ-ризик – 18%;
- інфляційний ризик – 10%.

Проте, незважаючи на те що на репутаційний ризик припадає лише 20%, важливість його врахування є надзвичайно високою. Нестабільна політична та економічна ситуація в Україні, недовіра з боку вкладників до банківських установ на тлі численного їх банкрутства в 2017 р., проблеми з поверненням депозитів, недосконалість роботи Фонду гарантування вкладів фізичних осіб – усе це призвело до низки проблем безпосередньо в банках, таких як скорочення припливу коштів на депозити, девальвація національної грошової одиниці та ін. На тлі зазначених проблем саме питання управління репутаційним ризиком набуває особливої актуальності.

Саме репутаційний ризик становить загрозу банківському бізнесу, оскільки характер його ведення вимагає передусім формування та підтримки довіри з боку вкладників, кредиторів та позичальників. Даний вид ризику впливає на спроможність банку встановлювати нові відносини з контрагентами, надавати нові послуги або підтримувати наявні відносини. Неврахування репутаційного ризику може зумовити як значні фінансові

втрати, так і зменшення клієнтської бази, виникнення адміністративної або кримінальної відповідальності. Репутаційний ризик притаманний будь-якій підприємницькій діяльності, проте банки є найбільш уразливими до нього.

Звичайно, що від репутаційного ризику залежить величина капіталу та надходжень банківських установ, проте його неможливо виміряти кількісно, тому Національним банком було вирішено, що за цим ризиком будуть оцінюватися лише сукупний ризик і напрям ризику.

Банки особливо вразливі до ризику репутації, оскільки вони, будучи пов'язані з великою кількістю контрагентів та акумулюючи значні фінансові ресурси, можуть дуже легко стати знаряддям чи жертвою незаконної діяльності з боку своїх клієнтів або інших осіб.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Для банків ризик утрати ділової репутації негативно відображається на всій його діяльності з огляду на те, що природа банківського бізнесу базується на підтриманні довіри кредиторів, вкладників, інших фінансових партнерів. Банківський бізнес пов'язаний із великою відповідальністю і, відповідно, з особливим суспільним інтересом, тому навіть одна помилка може призвести до значних негативних наслідків для ділової репутації. В зв'язку із цим банки повинні прагнути побудувати ділову репутацію, засновану на довірі. Даний метод залучення клієнтів є більш прогресивним. При цьому банківські установи повинні більшою мірою розкривати інформацію про свою діяльність, тим самим відходячи від принципу закритості. Очевидним є той факт, що проблеми одного банку відображаються на довірі до всієї банківської системи і можуть призвести до системної банківської кризи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Коваленко О.В. Підприємництво та його організаційно-правові засади: навчальний посібник. Луганськ: ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. 400 с.
2. Тэпман Л.Н. Риски в экономике: учеб. пособие для вузов. Москва, 2002. 380 с.
3. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента: монография. Киев, 1999. 203 с.
4. Риск-анализ инвестиционного проекта: учеб. для вузов / под. ред. М.В. Грачевой. Москва, 2001. 351 с.
5. Кривов В. Проблема рисков при принятии управленческих решений. Управление риском. 2000. № 4. С. 15–17.
6. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. Київ, 2000. 587 с.
7. Грунин О.А. Экономическая безопасность организации: учеб. пособие. Санкт-Петербург, 2002. 160 с.
8. Ивасенко А.Г. Банковские риски. Москва, 1998. 104 с.
9. Филин С. Неопределенность и риск. Место инновационного риска в классификации рисков. Управление риском. 2000. № 4. С. 25–30.
10. Кинев Ю.Ю. Оценка рисков финансово-хозяйственной деятельности предприятий на этапе принятия решения. Менеджмент в России и за рубежом. 2000. № 5. С. 73–83.
11. Егорова Е.Е. Еще раз о сущности риска и системном подходе. Управление риском. 2002. № 2. С. 5–13.
12. Захаров В.С. О рисках банковской системы. Деньги и кредит. 2004. № 3. С. 20–23.
13. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків»: Постанова Правління НБУ від 15.03.2004 № 104. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04>.
14. Ермакова А.А. О репутационных рисках и тяге к науке. Вестник Финансового университета. 2013. № 1. С. 146–147.
15. Ким Ю.К. Репутационные риски в сфере банковских услуг. Человеческий капитал и профессиональное образование. 2014. № 29(10). С. 24–37.
16. Клименко И. Управление деловой репутацией: действуй, пока гром не грянул. URL: <http://www.april.by/articles/theory/2007/10/465.htm>.
17. Лист Генерального департаменту банківського нагляду НБУ від 28.03.2003 № 43-311/1681.
18. Грабовский П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.И. Риски в современном бизнесе. Москва, 1994. С. 58.

РОЛЬ ФІНАНСОВОГО СКЛАДНИКА СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В ТРАДИЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

ROLE THE FINANCIAL COMPONENT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT SYSTEM IN TRADITIONAL MANAGEMENT OF ENERGY SECTOR ENTERPRICES IN UKRAINE

Яворський С.В.

аспірант,

Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»

У статті з'ясовано проблеми переходу діючої моделі ринку електричної енергії України на новий ринок. До них належать: високий рівень зносу основних засобів, що є компонентом фінансового стану та свідчить про майнове положення; значний рівень дебіторської та кредиторської заборгованості, що визначає таку компоненту фінансового стану, як ліквідність; відсутність цінової конкуренції, яка впливає на ділову активність та рентабельність – компоненти фінансового стану. Це зумовило необхідність упровадження фінансової компоненти системи антикризового управління в систему традиційного менеджменту підприємств енергетичної галузі.

Ключові слова: ринок електричної енергії України, оптовий ринок, роздрібний ринок, анбандлінг, знос основних засобів, дебіторська заборгованість, кредиторська заборгованість, цінова конкуренція.

В статье определены проблемы перехода действующей модели рынка электрической энергии Украины на новый рынок. К ним относятся: высокий уровень износа основных средств, что является компонентом финансового состояния и свидетельствует об имущественном положении; значительный уровень дебиторской и кредиторской задолженности, что характеризует такую компоненту финансового состояния, как ликвидность; отсутствие ценовой конкуренции, что влияет на деловую активность и рентабельность – компоненты финансового состояния. Это обусловило необходимость формирования и внедрения финансовой компоненты антикризисного управления в систему традиционного менеджмента предприятий энергетической отрасли.

Ключевые слова: рынок электрической энергии Украины, оптовый рынок, розничный рынок, анбандлинг, износ основных средств, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, ценовая конкуренция.

The problems of transformation the current model of electric energy market to a new market in Ukraine have been determined. These include: a high level of fixed assets depreciation, which is a component of financial condition and indicates a property position; a significant level of receivables and payables, which characterizes such a component of financial condition as liquidity; lack of price competition, which affects business activity and profitability – the components of the financial condition. This necessitated the formation and implementation the financial component of anti-crisis management in the traditional management system of energy sector enterprises.

Key words: the electricity market in Ukraine, the wholesale market, the retail market, anbandling, depreciation of fixed assets, accounts receivable, accounts payable, price competition.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Ефективність використання енергетичних ресурсів у кожному регіоні України у зв'язку з різноманітністю їх природно-кліматичних та енергетичних умов історично сформована неоднорідністю соціально-економічного простору, яка посилилася в період становлення ринкових відносин й істотно розрізняється. Тому в регіонах України формуються власні енерго-економічні проблеми. Гарантією стабільного

їх вирішення стає проведення активної регіональної політики в галузі енергозбереження, що враховує територіальні умови та специфіку формування та освоєння потенціалу енергозбереження в Україні.

Передумови для цілеспрямованого освоєння потенціалу організаційного та технологічного енергозбереження та підвищення енергоефективності в регіонах України зумовлені зростанням цін на енергоресурси, некомпенсованим старінням і вибуттям генеруючих потужностей,

погіршенням стану сировинної бази паливно-енергетичного комплексу, фізичним і моральним зносом теплових та електричних мереж, техніки, обладнання, будівель, глобальною екологічною напруженістю, що супроводжує розвиток світової енергетики. До суттєвих чинників активізації енергозбереження і підвищення енергоефективності слід віднести ту обставину, що Україна, інтегруючись у світову економіку, зобов'язана дотримуватися міжнародних економічних принципів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Науковими проблемами забезпечення енергозбереження та енергоефективності займалися такі науковці: В.В. Антощенкова, М.О. Більовський, Н.О. Герасименко, Е.М. Забарна, Н.С. Криштоф, О.А. Литвиненко, Ю.Г. Маковій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Віддаючи належне сучасним науковим підходам до розвитку теорії та практики енергозбереження і енергоефективності, слід зазначити, що вони не враховують формування та впровадження фінансового складника системи антикризового управління на підприємствах енергетичної галузі України. Проте це дасть змогу ефективно реагувати на виклики, що відбуваються у зовнішньому середовищі, знизити рівень їхнього негативного впливу на фінансові результати діяльності підприємств енергетичної галузі України та впровадити заходи щодо підвищення її ефективності й забезпечення енергозбереження.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є обґрунтування ролі фінансового складника системи антикризового управління в традиційному менеджменті підприємств енергетичної галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Згідно з базовим документом енергетичної політики Європейського Союзу (ЄС) «Енергетика 2020. Стратегія конкурентної, сталої та безпечної енергії» (Com(2010) 639), найбільш ефективним засобом підвищення енергетичної безпеки, конкурентоспроможності та зниження викидів в атмосферу є енергоефективність [15].

Для забезпечення вільного руху енергії європейські національні енергетичні ринки повинні бути відкритими та інтегрованими, щоб забезпечити надійне та якісне енергопостачання за конкурентоспроможними цінами. За таких умов Кабінетом Міністрів України прийнято Розпорядження від 18 серпня 2017 р. № 605-р «Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» (ЕСУ) [14]. Згідно з ЕСУ, реформування ринку електричної енергії України передбачено здійснити у три основні етапи [14]:

1-й етап. Реформування енергетичного сектору (до 2020 р.).

2-й етап. Оптимізація та інноваційний розвиток енергетичної інфраструктури (до 2025 р.).

3-й етап. Забезпечення сталого розвитку (до 2035 р.).

Електроенергія посідає вагоме місце в житті суспільства, розвитку будь-якої держави та її регіонів. Кожна країна, у т. ч. й Україна, намагається диверсифікувати способи виробництва електроенергії, які б забезпечували не тільки економічне зростання господарського комплексу, а й сприяли підвищенню якості життя населення за одночасної мінімізації негативного впливу генерації електроенергії на здоров'я людей і довкілля.

Діюча модель ринку електричної енергії України представлена на рис. 1.

Як видно з рис. 1, в Україні ринок електроенергії функціонує на основі нормативно-законодавчої бази, сформованої Верховною Радою, Президентом і Кабінетом Міністрів України. При цьому Міністерство енергетики та вугільної промисловості [8] є центральним органом державної влади, уповноваженим формувати і реалізовувати довгострокові і середньострокові програми розвитку галузі. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних (НКРЕКП), – це державний регулятор, уповноважений реалізовувати державну цінову і тарифну політику в галузі, відстоювати інтереси споживачів на ринку природних енергетичних монополій [10].

Оптовий ринок електроенергії (ОРЕ) України створено в 1996 р. за зразком моделі пулу електроенергії Англії та Уельсу. ОРЕ України є впорядкованою системою здійснення операцій купівлі-продажу електричної енергії. Основою електроенергетики України є Об'єднана енергетична система (ОЕС) країни, яка здійснює централізоване електрозабезпечення споживачів, взаємодіє з енергосистемами суміжних держав, забезпечує експорт, імпорт і транзит електроенергії.

ОЕС об'єднує енергогенеруючі потужності і розподільчі мережі регіонів України, які сполучені між собою системними лініями електропередачі.

ОРЕ функціонує за вже застарілою моделлю «єдиного покупця» (пулу). Всі суб'єкти енергетики – ліцензіати (генеруючі компанії, розподільчі компанії, постачальники електроенергії) формують Оптовий ринок електроенергії.

Виконавчим органом управління ОРЕ є Рада ринку. Державне підприємство «Енергоринок» (ДП «Енергоринок») [2] є комерційним оператором ОРЕ і тим самим «єдиним покупцем». Національна енергетична компанія «Укренерго» (НЕК «Укренерго») [9] – власник і оператор магістральних мереж класу напруги 220кВ–750кВ – виконує диспетчерські функції технічного оператора ОРЕ.

Енергогенеруючі потужності ОРЕ – це атомна, теплова, гідро- і альтернативна генерація електроенергії зі встановленою потужністю

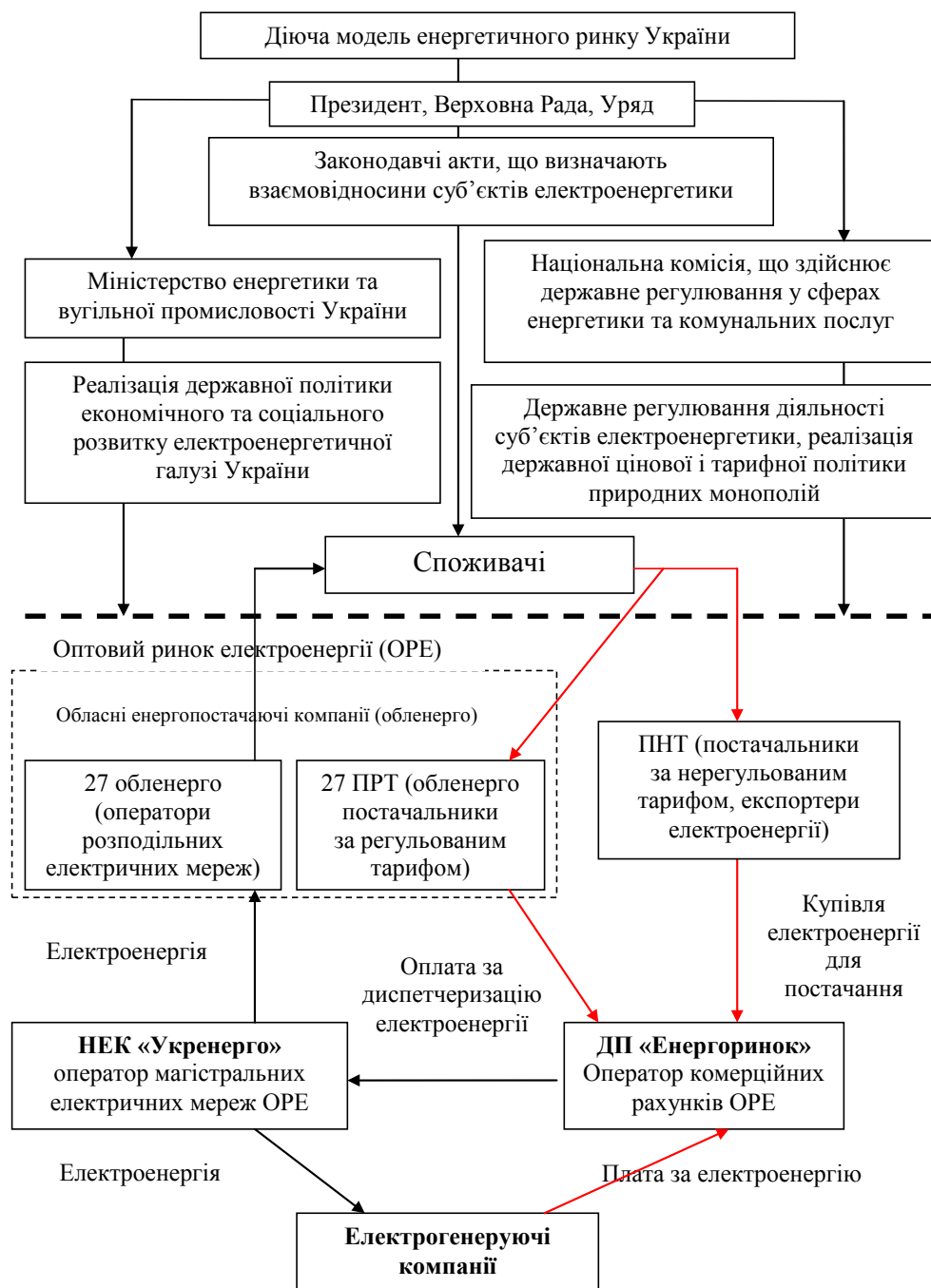


Рис. 1. Діюча модель ринку електричної енергії України

Джерело: складено за даними [3]

близько 52730 МВт. Енергорозподільчі компанії представлені в ОРЕ за кількістю областей: 25 обласними (обленерго) і двома міськими енергокомпаніями (Київ, Севастополь).

Постачальники електроенергії ОРЕ розділені правилами ліцензування на дві великі групи – постачальники за регульованим (що фіксується) тарифом і постачальники за нерегульованим (вільним) тарифом. Перша група – це близько 40 компаній-монополістів на території: 27 енергорозподільчих компаній плюс деякі

дрібні власники мереж у регіонах (підрозділи «Укрзалізниці»). Друга група – це ліцензіати, що працюють, як і енергетична компанія «Укренергоекспорт», на всій території України [4].

Споживач купує електроенергію на свій вибір через постачальників електроенергії в ДП «Енергоринок», а ДП «Енергоринок», своєю чергою, замовляє і купує необхідний обсяг електроенергії у генеруючих компаній.

Вироблена генеруючими компаніями електроенергія фізично потрапляє до споживача через

магістральні і розподільні електричні мережі на підставі договорів на передачу електричної енергії між відповідними суб'єктами ОРЕ.

Сучасні тенденції розвитку електроенергетичної галузі, проблеми, що накопичилися, вимагають переходу від ринку «єдиного покупця» до ефективнішої й орієнтованої на потреби споживачів моделі ринку електроенергії. На сучасному етапі для України принциповими є реалізація довгострокової стратегії розвитку ринку електроенергії з позицій захисту національних інтересів та створення привабливих умов для інноваційної діяльності інвесторів.

За таких умов прийнято Закон України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 р. № 2019-VIII [13]. Його головна новація полягає у створенні вільного ринку, на якому споживачі зможуть самі вибирати, у кого й на яких умовах купувати електроенергію. При цьому вибирати постачальників зможуть як будинки, так і окремі квартири. Електричні мережі залишаться у власності обласних енергопостачальних компаній (обленерго), які нададуть рівний доступ усім компаніям-постачальникам. На нашу думку, поява на ринку конкуренції сприятиме підвищенню якості послуг електропостачання.

Згідно із Законом України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 р. № 2019-VIII [13] оптовий ринок електричної енергії має функціонувати за моделлю оптового покупця або «єдиного покупця» (рис. 2).

Під час упровадження нової моделі ринку електричної енергії України, яка є базовою для європейського енергетичного простору [15], суттєвих змін зазнає діюча його структура, оскільки впроваджуватимуться нові сегменти, а саме:

— ринок двосторонніх договорів, які укладаються між учасниками ринку у довільній формі

для купівлі-продажу електричної енергії поза організованими сегментами ринку;

— ринок «на добу наперед», на якому здійснюється купівля-продаж електричної енергії на наступну добу;

— внутрішньодобовий ринок, на якому купівля-продаж електричної енергії здійснюється безперервно впродовж доби фізичного постачання електричної енергії;

— балансуєчий ринок, який організовується оператором системи передачі електричної енергії для балансування в реальному часі обсягів виробництва та імпорту електричної енергії і споживання та експорту електричної енергії;

— роздрібний ринок, який створюється для задоволення потреб споживачів у електричній енергії та пов'язаних із цим послуг;

— ринок допоміжних послуг, на якому оператор системи передачі здійснює купівлю допоміжних послуг для забезпечення надійної роботи Об'єднаної енергетичної системи України (ОЕС України);

— ОЕС України та належної якості електроенергії.

Згідно зі ст. ст. 62–64 Закону України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 р. № 2019-VIII [13], одним із найважливіших завдань 2018 р. є розділення (анбандлінг) обленерго, тобто відокремлення діяльності з розподілу від діяльності з постачання електричної енергії. Для цього дається 18 місяців, але вже через сім місяців з моменту набрання чинності, тобто 11 січня 2018 р., Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП) [10], має отримати інформацію про здійснені заходи від обленерго, кількість приєднаних споживачів до системи розподілу яких перевищує 100 тис.

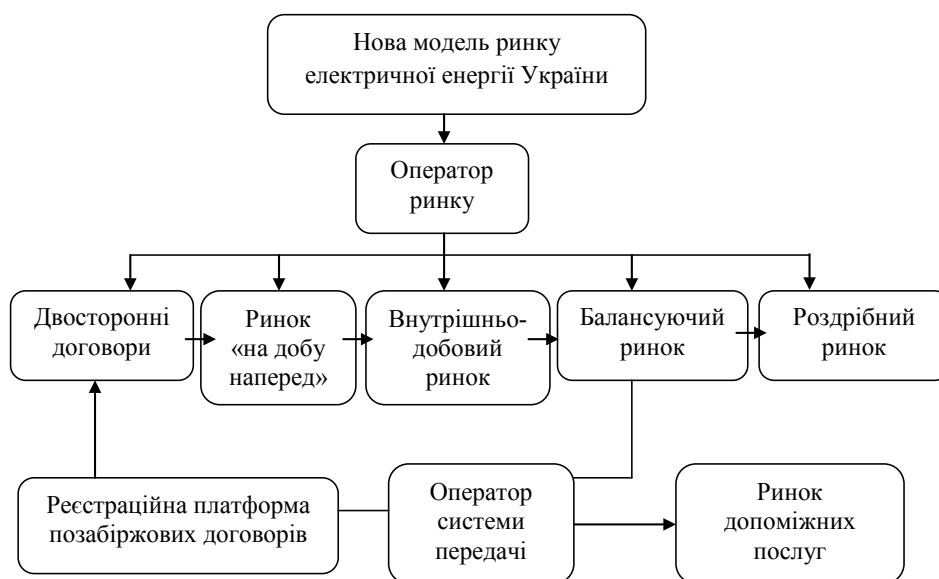


Рис. 2. Нова модель ринку електричної енергії України

Джерело: складено за даними [13]

Новостворені суб'єкти господарювання з постачання електричної енергії споживачам у строк не пізніше 11 червня 2018 р. мають отримати ліцензію на постачання електричної енергії. Упродовж двох років зі дня отримання ліцензії на постачання електричної енергії обленерго має виконувати функції постачальника універсальних послуг на закріпленій території. За цей час уряд повинен розробити механізм та провести конкурс на постачальника універсальних послуг, який би почав працювати після червня 2020 р.

Із 1 липня 2019 р. має почати діяти система двосторонніх договорів. Для цього необхідно ухвалити ще великий перелік допоміжних нормативно-правових актів і вирішити чимало організаційних і технічних питань.

Потягом 18 місяців ДП «Енергоринок» [2] та НЕК «Укренерго» [9] потрібно закупити та впровадити в експлуатацію відповідне програмне та технічне забезпечення, а до 1 січня 2019 р. Кабінет Міністрів України повинен провести конкурс із вибору постачальників універсальних послуг.

Важливими елементами перехідного етапу підготовки до нового ринку електричної енергії України є розв'язання проблеми боргів, мінімізація перехресного субсидування, належного регулювання.

Однак, незважаючи на вищевикладене, згідно зі Звітом Антимонопольного комітету України за 2016–2017 рр. [5; 6], в електроенергетичному секторі накопичено багато проблем, які гальмують його розвиток та потребують нагального розв'язання (рис. 3).



Рис. 3. Сучасні проблеми ринку електричної енергії України

Джерело: складено за даними [5; 6]

Так, технічний стан інфраструктури галузі наближається до критичного через високий ступінь зношеності обладнання багатьох станцій та мереж, технологічну відсталість, відсутність достатнього рівня інвестицій, зростання заборгованості на ринку електричної енергії тощо.

Нормативно-правова база та методи, що застосовуються для регулювання діяльності в енергетичному секторі України, не відповідають вимогам сьогодення та не створюють необхідних стимулів для інвестування в оновлення обладнання та розвиток галузі [7].

Окрім того, на ринку електричної енергії спостерігається викривлена система ціноутворення (як на оптовому, так і в роздрібному сегментах), відсутність ринкових механізмів формування цін та значний рівень перехресного субсидіювання, особливо побутових споживачів [5; 6].

Одним із проблемних залишається питання рівня оплати за куплену електричну енергію на оптовому ринку електроенергії, що призводить до заборгованості перед її виробниками.

Також виникають складнощі із забезпеченням безперебійного постачання електроенергії споживачам і сталого проходження опалювального періоду у зв'язку з дефіцитом вугілля антрацитової групи, необхідного для роботи теплової електростанції (ТЕС), що пов'язане з блокуванням його постачання. Це підтверджується Оглядом енергетичної галузі Всеукраїнської енергетичної асамблеї [11].

За січень-лютий 2018 р. загальна заборгованість за куплену електроенергію змінилася так:

- споживачів перед енергопостачальними компаніями – збільшилася на 2,1 млрд. грн. та на 01.03.2018 становила 30,7 млрд. грн. Вугільні підприємства, водоканали, підприємства теплокомуненерго (ТКЕ), організації, які фінансуються з держбюджету, державний бюджет по пільгам та субсидіям є основними неплатниками електроенергії у 2018 р.;

- енергопостачальних компаній перед ДП «Енергоринок» – зменшилася на 0,4 млрд. грн. та на 01.03.2018 становила 29,9 млрд. грн.;

- ДП «Енергоринок» перед НЕК «Укр-енерго» – зменшилася на 1,2 млрд. грн. та на 01.03.2018 становила 28,0 млрд. грн. (табл. 1).

До початку погашення накопиченої заборгованості за електроенергію (~ 30 млрд. грн.), як того вимагає Закон України «Про ринок електричної енергії» від 13 квітня 2017 р. № 2019-VIII (ст. ст. 62–64) [13], обов'язковою передумовою є відновлення 100% оплати споживачами за відпущену електроенергію.

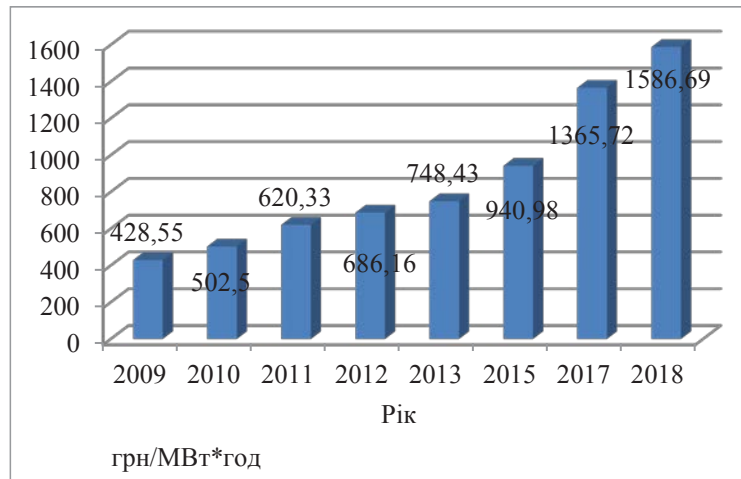


Рис. 4. Динаміка оптових ринкових цін на електроенергію за 2017–2018 рр.

Джерело: складено за даними [1; 7; 10; 11]

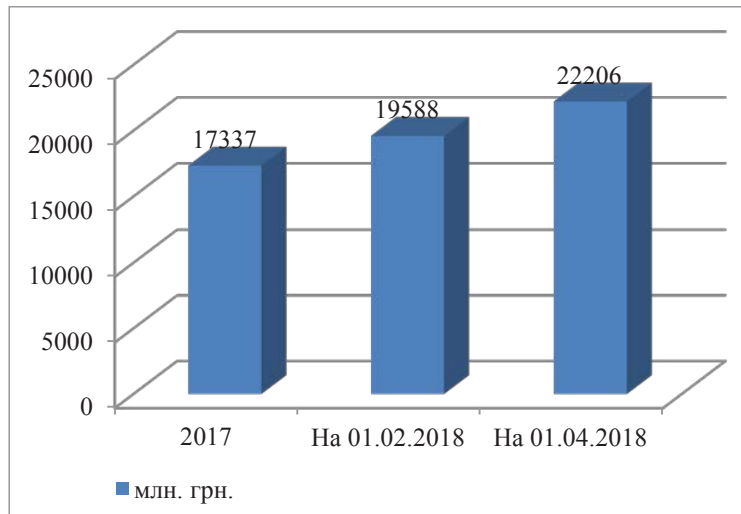


Рис. 5. Динаміка витрат енергопостачальних підприємств на розподіл та постачання електроенергії за 2017–2018 рр.

Джерело: складено за даними [11]

Згідно зі звітами про результати діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг, та Державної служби статистики України [1; 7; 10; 11], за 2009–2018 рр. оптова ринкова ціна на електроенергію збільшилася з 428,55 до 1 586,69 грн./МВт*год, або на 270,2% (рис. 4).

Витрати енергопостачальних підприємств, які включені в затверджені НКРЕКП [10] тарифи енергопостачальних компаній на розподіл та постачання, з 01.04.2018 збільшилися на 2,3 млрд. грн., або на 13,4%, а порівняно з 2017 р. – на 28,1% (рис. 5).

Також із 01 квітня 2018 р. збільшилися роздрібні тарифи на електроенергію для непобутових споживачів (непромислових підприємств) – від 2,2% до 9,2% порівняно з березнем 2018 р. та від 12,4% до 19,7% порівняно з 2017 р.

Таблиця 1

Динаміка боргів за електроенергію за січень–лютий 2018 р.

Споживач	Борг	На 01.01.18, млрд. грн.	На 01.03.18, млрд. грн.	Приріст за 2 місяці
Вугільна галузь		13,1	13,4	0,2
Водоканали		4,6	5	0,4
Населення		4,9	5,2	0,3
ЖКГ		1,9	2,2	0,3
Хімічна промисловість		2,1	2,1	–
Інша промисловість		0,4	0,6	0,2
Бюджет		1,4	2,1	0,7
С/г		0,1	0,1	–
Всього		28,5	30,7	2,1
Постачальник	Борг	На 01.01.18, млрд. грн.	На 01.03.18, млрд. грн.	Приріст за 2 місяці
Районні електричні мережі (РЕМ)		11,2	11,5	0,3
«Донецькобленерго»		5,3	5,3	–
«Луганське енергетичне об'єднання»		2,5	2,6	0,1
«Луганськобленерго»		1,6	1,6	–
«ПЕМ Енерговугілля» (м. Краматорськ)		1,1	1,2	0,1
«Запоріжжяобленерго»		0,9	1,0	0,1
Неконтрольовані владою України території		3,1	3,1	–
Інші		4,6	3,6	–1
Всього		30,3	29,9	–0,4
ДП «Енергоринок»	Борг	На 01.01.18, млрд. грн.	На 01.03.18, млрд. грн.	Приріст за 2 місяці
Атомна електростанція (АЕС)		12,6	12,8	0,2
Теплова електростанція (ТЕС)		7,8	5,9	–1,9
Теплоелектроцентрально (ТЕЦ)		5	5,1	0,1
Національна енергетична компанія «Укренерго»		1,7	1,6	–0,16
Гідроелектростанція (ГЕС)		0,9	1,0	0,1
«Альтернатива»		0,7	1,1	0,5
Акциз		0,5	0,5	–
Інші		–	–	–
Всього		29,2	28,0	–1,16

Джерело: складено за даними [11]

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, проблемами ринку електричної енергії України, які характеризують фінансовий складник системи управління та заслуговують особливої уваги, на думку автора цього дослідження, є:

високий рівень зносу основних засобів, що є компонентою фінансового стану та свідчить про майнове положення;

значний рівень дебіторської та кредиторської заборгованості, що визначає таку компоненту фінансового стану як ліквідність;

відсутність цінової конкуренції, яка впливає на ділову активність та рентабельність – компоненти фінансового стану.

Виходячи з вищевикладеного, виникає гіпотеза про наявність фінансової кризи в енерге-

тичному секторі України. Для її підтвердження доцільним є дослідження фінансового стану підприємств енергетичної галузі України.

Отже, за результатами оцінки фінансового стану з'являється можливість якісніше здійснювати фінансове управління стосовно забезпечення стабільного і поступального розвитку підприємств, оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, спостерігати за показниками, що впливають на майнове положення, ліквідність та фінансову незалежність, визначати заходи щодо підвищення ефективності господарської діяльності (ділової активності, рентабельності).

Тобто це дасть змогу виявити больові точки у фінансовому стані та ухвалити правильні управлінські рішення щодо формування та впровадження фінансового складника системи

антикризового управління на підприємствах енергетичної галузі України. При цьому останні мають базуватися на безпеці поставок енерге-

тичних ресурсів, конкурентоспроможності, сталості та ефективності енергетичної галузі України, що є основою енергетичної політики ЄС.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Державне підприємство «Енергоринок»: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.er.gov.ua/>.
3. Джигун О.М., Саух С.Є. Особливості нової моделі енергоринку України. Моделювання та інформаційні технології. 2016. Вип. 77. С. 3–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mtit_2016_77_3.
4. Енергетична компанія «Укренергоекспорт»: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrenergogoexport.com/uk>.
5. Звіт Антимонопольного комітету України за 2016 рік / Антимонопольний комітет України. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/doccatalog/document?id=133712>.
6. Звіт Антимонопольного комітету України за 2017 рік / Антимонопольний комітет України. URL: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/140488>.
7. Звіт про результати діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг у 2017 році: Постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг від 23 березня 2018 р. № 360. URL: <http://www.nerc.gov.ua/?id=31942>.
8. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України: офіційний веб-сайт. URL: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=245183250.
9. Національна енергетична компанія «Укренерго»: офіційний веб-сайт. URL: <https://ua.energy/about/>.
10. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг: офіційний веб-сайт. URL: <http://www.nerc.gov.ua/?id=19100>.
11. Огляд енергетичної галузі станом на 01.04.2018 / Всеукраїнська енергетична асамблея (ЕнергоВсе-світ): офіційний веб-сайт. URL: <https://vse.energy/publication/486-review20180401>.
12. Основні положення енергетичних стратегій та програм Європейського Союзу щодо розвитку енергетичної сфери в умовах формування загальноєвропейського ринку електроенергії / Міненерговугілля України, ДП «НЕК «Укренерго», Відокремлений підрозділ «НПЦР ОЕС України» ДП «Національна енергетична компанія «Укренерго». Київ, 05/2017. URL: <https://ua.energy/wp-content/uploads/2017/05/2.-Energetychni-Strategiyi-YES.pdf>.
13. Про ринок електричної енергії: Закон України від 13.04.2017 № 2019-VIII. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2019-19>.
14. Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність»: Розпорядження КМУ від 18.08.2017 № 605-р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80>.
15. European Energy Security Strategy / Communication From The Commission To The European Parliament And The Council. Brussels, 28.05.2014, COM (2014) 330 final. URL: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/european-energy-security-strategy.pdf>.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.4

СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

THE ESSENCE AND NEED TO IMPROVE INVENTORY VALUATION METHODS AT THE ENTERPRISE

Глухова В.І.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри обліку і фінансів,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Хоменко Л.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і фінансів,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Яценко Н.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і фінансів,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

У статті досліджено сутність поняття оцінки у бухгалтерському обліку. Проаналізовано сучасні наукові підходи до методів оцінки запасів на підприємстві під час надходження різними шляхами та методи оцінки запасів під час вибуття. Визначено фактори, які впливають на методи оцінки запасів та необхідність її вдосконалення.

Ключові слова: запаси, методи, оцінка, первісна вартість, облік, активи, фінансові результати, собівартість, національні стандарти, фінансова звітність.

В статье исследована сущность понятия оценки в бухгалтерском учете. Проанализованы современные научные подходы к методам оценки запасов на предприятии при поступлении разными путями и методы оценки запасов при выбытии. Определены факторы, которые влияют на методы оценки и необходимость ее совершенствования.

Ключевые слова: запасы, методы, оценка, первоначальная стоимость, учет, активы, финансовые результаты, себестоимость, национальные стандарты, финансовая отчетность.

The article studies the essence of the concept of evaluation in accounting. Modern scientific approaches to inventory evaluation methods at the enterprise in case of receipt in different ways, as well as inventory evaluation methods in case of issue, are analysed. Factors influencing inventory evaluation methods and the necessity of its improvement are identified.

Key words: inventory, methods, evaluation, initial cost, accounting, assets, financial results, prime cost, national standards, financial reporting.

Постановка проблеми. В умовах гармонізації міжнародних і вітчизняних стандартів бухгалтерського обліку проблема вибору методів оцінки запасів є актуальною.

Підприємство у процесі виробництва використовує різноманітні ресурси: трудові, матеріальні, фінансові. При цьому значну частку у цих ресурсах займають запаси. Відомо, що у структурі собівартості продукції матеріальні витрати займа-

ють найбільшу питому вагу (від 60 до 90%), тому визначення достовірної оцінки матеріалів є пріоритетним. Правильне визначення кількісних і якісних показників господарської діяльності підприємства багато в чому залежить від оцінки запасів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роботи вітчизняних учених, таких як Ф.Ф. Бутинць, Б.І. Валуєв, С.Ф. Голов, М.В. Кужельний, В.Г. Лінник, М.С. Пушкар, Я.В. Соколов, В.В. Сопко,

Н.М. Ткаченко, присвячені проблемам обліку запасів та методам їх оцінки на підприємстві. При цьому більшість досліджень із теорії та практики обліку запасів потребують подальших досліджень, тому що гармонізація вітчизняного бухгалтерського обліку з міжнародними стандартами вимагає об'єктивних змін бухгалтерського обліку, при цьому правильна організація бухгалтерського обліку запасів є необхідною умовою ефективності роботи підприємства.

Мета статті полягає в дослідженні сучасних методів оцінки запасів на підприємстві та визначенні ефективних методів їх оцінки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Різноманітність видів оцінки запасів спонукає підприємство обрати таку, яка буде гарантувати достовірні дані для фінансової звітності та задовольняти вимоги стандартів.

Розглянемо сутність категорії «оцінка» у бухгалтерському обліку. Оцінка в обліку, на думку М.С. Пушкаря, є грошовим вимірником, що забезпечує приведення інформації про різні об'єкти у зіставну форму та зміст [1]. На думку Я.В. Соколова, оцінка – це спосіб переведення облікових об'єктів із натурального вимірника в грошовий, що передбачає вибір і втілення однієї або декількох процедур [2, с. 197]. Оцінка, на думку Т.Б. Циганова, в бухгалтерському обліку є процесом вартісного формування майна, зобов'язань, господарських фактів, фінансового результату для суб'єктів господарювання різних форм власності.

На нашу думку, оцінка в бухгалтерському обліку – це елемент методу бухгалтерського обліку, що відображає вартість об'єктів, процесів та явищ обліку з метою узагальнення їх загальною та для забезпечення приведення інформації про різні об'єкти та суб'єкти у зіставну форму. При цьому оцінка є одним із головних інструментів, що формує достовірну інформацію про результати діяльності підприємства.

Оцінка як елемент методу бухгалтерського обліку пройшла низку етапів розвитку :

1. Поява оцінки (V ст. до н.е.) – оцінка в товарах, тобто загальних еквівалентах.

2. Поява оцінки в грошовій формі (V ст. до н.е. – XII ст.) – використання в процесі торгівлі грошових вимірників.

3. Розповсюдження оцінки в грошовій формі на всі об'єкти бухгалтерського обліку (XIII–XIV ст.).

4. Поява перших теорій та методик обґрунтування вибору застосування оцінок (XIV ст. – перша половина XIX ст.) – формування уявлення про механізми впливу оцінки матеріалів на собівартість виготовленої продукції.

5. Формування теорії оцінки (друга половина XIX ст. – 90-ті роки XX ст.) – період еволюції теорій оцінки, неоднозначність у поглядах різних наукових шкіл та трактування оцінки як елемента бухгалтерського обліку.

6. Нова парадигма обліку, справедлива вартість (90-ті роки XX ст. – початок XXI ст.) – використання

справедливої вартості матеріалів, законодавчо регламентоване Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку [3].

Ефективність роботи підприємства у багато в чому залежить від правильного вибору методу оцінки запасів, що дає можливість досягти значної економії витрат підприємства, сприяє зберіганню матеріалів та покращенню результатів діяльності. При цьому важливого значення набуває оцінка методів у сучасних умовах господарювання, коли ринкові ціни на запаси постійно зростають.

Визначення запасів наведено у П(С)БО 9. Запаси – активи, які: утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [4].

У міжнародній практиці обліку облік запасів регламентовано МСБО 2 «Запаси». Згідно МСБО 2 запаси – це активи, які: утримуються для продажу у звичайному процесі бізнесу; перебувають у процесі виробництва для такого продажу або існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або під час надання послуг.

У П(С)БО 9 визначено, що оцінка запасів здійснюється під час надходження, списання й на дату складання балансу. Визначення первісної вартості запасів під час надходження залежно від шляхів їх надходження регламентовано П(С)БО 9 та подано на рис. 1.

Виходячи з мети, яку ставить перед собою, підприємство здійснює вибір методу оцінки запасів. Оцінка вибуття запасів у разі відпуску матеріалів у виробництво, продажу або іншого вибуття згідно з П(С)БО 9 здійснюється одним із таких методів: ідентифікованої собівартості одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативних затрат; ціни продажу.

Під час вибору методу оцінки запасів під час вибуття враховуються такі фактори, як фінансовий стан підприємства, умови реалізації, ціноутворення, вимоги податкового законодавства та інше. Методи оцінки запасів під час вибуття подано на рис. 2.

Проаналізуємо методи оцінки запасів під час вибуття. Зміст методу ідентифікованої собівартості характеризується тим, що витрати, отримані в результаті використання запасів, розподіляються за кожною одиницею запасів окремо. Основною перевагою цього методу є те, що для кожної одиниці запасів використовується спеціальне маркування, яке дає змогу визначити її собівартість. Цей метод є найбільш точним. Вадами є трудомісткість і те, що однакові запаси обліковуються за різною вартістю.

Метод середньозваженої собівартості характеризується тим, що оцінка запасів здійснюється шляхом визначення середньої ціни кожної

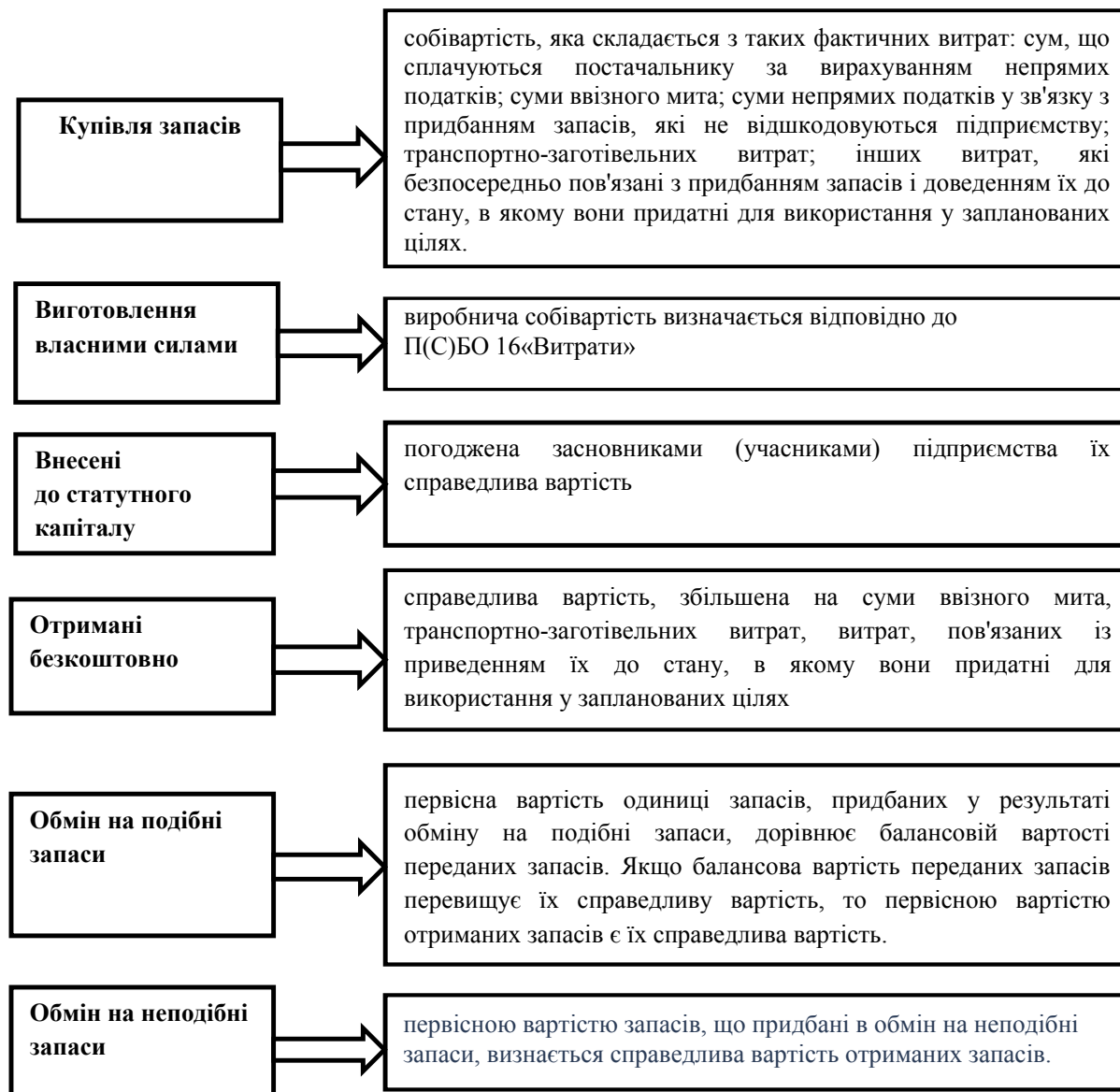


Рис. 1. Визначення первісної вартості запасів залежно від шляхів їх надходження

одиниці запасів під час списання. Переваги: цей метод дає змогу визначити середнє значення чистого прибутку, який точніше відповідає фактичному, простий у використанні, не вимагає детального обліку руху за кожною одиницею запасів. Вади: у період підвищення цін метод сприяє тому, що підприємства оголошують більший прибуток, ніж справедливий, не приділяється увага останнім за часом цінам.

Назва методу ФІФО (first in – first out) у перекладі означає «першим надійшов – першим вибув». Зміст цього методу полягає в тому, що запаси використовуються у послідовності їх надходження на підприємство, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво, на продаж або інше вибуття, оцінюються за собівартістю перших за часом надходження запасів. Слід зазначити, що застосування методу ФІФО мож-

ливе на тих підприємствах, на яких запаси дуже швидко псуються або втрачають свої властивості, тобто фруктів, овочів та інших продуктів харчування. Переваги: простота й об'єктивність обліку, зручність використання. Вади: у період інфляції метод ФІФО сприяє завищеній сумі прибутку, що приведе до сплати надлишкових коштів у податку на прибуток.

Зміст методу нормативних витрат полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції (робіт, послуг), які встановлено підприємством з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, праці, виробничих потужностей та діючих цін. Переваги: можливість поточного оперативного обліку витрат шляхом обліку відхилень від норм; охоплення нормативними калькуляціями значної частини витрат. Вади: постійний перегляд норм використання запасів, праці, виробни-

чих потужностей і діючих цін. Метод ціни продажу застосовується на підприємствах роздрібної торгівлі й ґрунтується на використанні середнього проценту торгової націнки товарів. Переваги: цей метод є зручним для застосування в роздрібній торгівлі, дає змогу оперативно реагувати на зміну ціни придбання. Вад: у балансі відображається продажна вартість товарів за вираховуванням нереалізованої торгової націнки. Розрахована у такий спосіб величина досить приблизна і може відхилятися від реальної вартості товарів.

Ми підтримуємо пропозицію О.В. Лишиленко, який вважає, що вітчизняним підприємствам слід доповнити критерії застосування методів оцінки запасів, оскільки наявні методи не в змозі повністю задовольнити потреби керівництва підприємства необхідною інформацією в системі оптимізації ціноутворення на власні роботи, послуги та продукцію, а також вираховування точки беззбитковості, тому доцільно використовувати два додаткові методи: ЧІФО, ЕІФО [6].

Сутність методу ЧІФО ґрунтується на вибутті запасів залежно від їх ціни, тобто насамперед вибувають запаси, придбані за найменшою ціною. Цей метод є кращим під час формування собівартості виготовленої продукції, на яку є жорстка конкуренція на ринку або є необхідність визначення мінімально допустимої ціни її реалізації.

Метод ЕІФО полягає в тому, що передусім вибувають найдорожчі запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття).

Дослідження наявних методів оцінки запасів дало змогу визначити основні фактори, що впливають на вибір методу: історичні передумови формування системи обліку; тенденції розвитку економіки, податкового регулювання; місце використання; приналежність підприємства до певної галузі; характер і специфіка запасів.

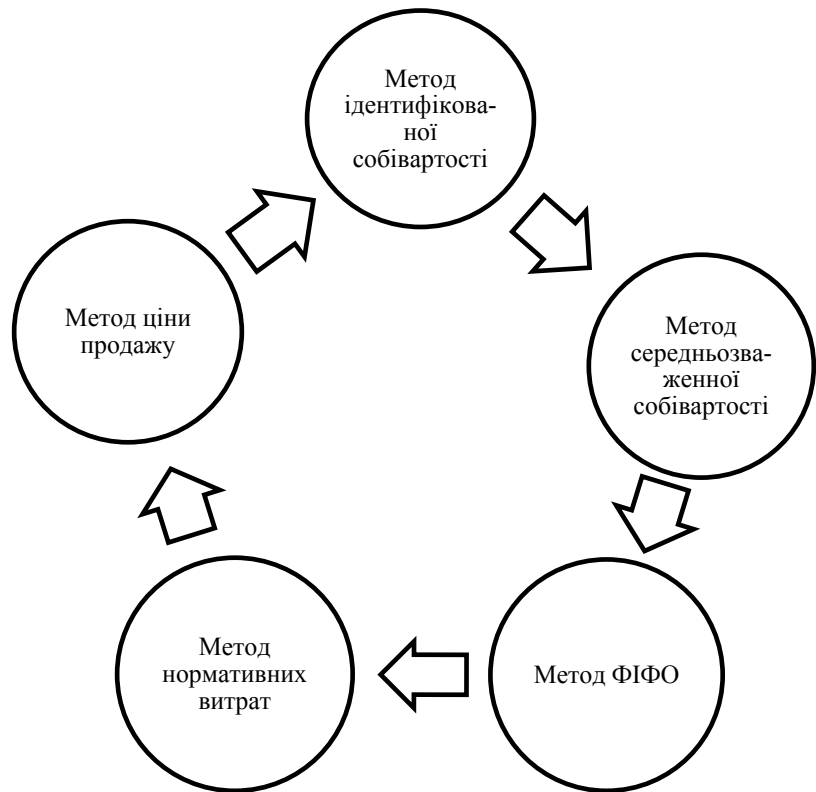


Рис. 2. Методи оцінки запасів під час вибуття

Висновки з проведеного дослідження.

Проведені дослідження показали, що методика оцінки запасів є дієвим інструментом організації ефективної діяльності підприємства.

В умовах гострої конкуренції вітчизняні виробники шукають шляхи зниження собівартості продукції. Одним із них є обрання достовірного методу оцінки запасів, оскільки запаси є значним складником активів підприємства.

Усі досліджені методи оцінки запасів мають свої переваги і вади, вибір оптимального методу повинен бути обдуманим та виваженим рішенням підприємства з урахуванням галузевої та виробничої специфіки.

Дослідження методів оцінки вибуття запасів дало змогу визначити основні фактори, що впливають на вибір методу. Наявні методи оцінки вибуття запасів необхідно доповнити методами ЧІФО, ЕІФО.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пушкар М.С. Фінансовий облік: [Підручник] / М.С. Пушкар. Тернопіль: Карт-бланш, 2002. 628 с.
2. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерского учета / Я.В. Соколов. М.: Финансы и статистика, 2000. 405 с.
3. Гасанов М.Ю. Эволюция оценки / М.Ю. Гасанов // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (Москва, октябрь 2013 г.). М.: Буки-Веди, 2013. С. 82–86.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» від 20.10.1999 р. (із змінами та доповненнями від 01.01.2015 р.). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
5. Самко М.С. Порівняльний аналіз існуючих видів оцінок виробничих запасів підприємства / М.С. Самко // Управління розвитком. 2013. № 3. С. 62–65.
6. Лишиленко О.В. Напрямки покращення методів списання виробничих запасів в системі аналізу беззбитковості виробництва продукції аграрних підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/SND/Economics/7_I%20i%20sh%20i%20l%20e%20n%20k%20o.doc.htm.

АНАЛІЗ МЕТОДІВ РОЗРАХУНКУ СТАВКИ ДИСКОНТУВАННЯ ПІД ЧАС КОРЕКТНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА СПРАВЕДЛИВОЮ ВАРТІСТЮ

ANALYSIS OF METHODS FOR CALCULATING THE DISCOUNT RATE FOR THE CORRECT REFLECTION OF LONG-TERM RECEIVABLES AT FAIR VALUE

Кравчук Т.В.

студентка,
Сумський державний університет

Височина А.В.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри бухгалтерського обліку і оподаткування,
Сумський державний університет

У статті проаналізовано визначення дебіторської заборгованості за стандартами бухгалтерського обліку та думками провідних учених, розглянуто методи визначення ставки дисконтування для подальшого визначення справедливої вартості довгострокової дебіторської заборгованості та коректного відображення активів у фінансовій звітності.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, справедлива вартість, дисконтування, ставка дисконту, метод середньозваженої вартості капіталу.

В статье проанализировано определение дебиторской задолженности по стандартам бухгалтерского учета и мнениям ведущих ученых, рассмотрены методы определения ставки дисконтирования для дальнейшего определения справедливой стоимости долгосрочной дебиторской задолженности и корректного отражения активов в финансовой отчетности.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, справедливая стоимость, дисконтирования, ставка дисконта, метод средневзвешенной стоимости капитала.

The article analyzes the definitions of accounts receivable by accounting standards and opinions of leading scientists, considers methods for determining the discount rate for further determination of the fair value of long-term receivables and the correct reflection of assets in the financial statements.

Key words: accounts receivable, fair value, discounting, discount rate, weighted average cost of capital method.

Постановка проблеми. Головним завданням суб'єкта господарювання є отримання прибутку. У сучасних українських економічних реаліях, коли підприємства перебувають у стані виходу з кризи і банкрутства, компанії, не маючи досить ресурсів для діяльності, роблять закупки із відстрочкою платежів, намагаючись використовувати максимальну кількість можливих видів діяльності та фінансових інструментів. Все більшої популярності набирає такий вид діяльності, як фінансовий лізинг. Також підприємства, намагаючись допомогти своїм працівникам, видають їм безвідсоткові (чи з мінімальним неринковим відсотком) позики. Всі ці операції зумовлюють виникнення довгострокової дебіторської заборгованості, яка має бути коректно відображена за теперішньою вартістю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам обліку дебіторської заборгованості присвячено низку праць зарубіжних та вітчизняних учених, таких як Ф. Бутинець, С. Голов, М. Огійчук, В. Сопко, О. Кияшко, В. Лінніков, Р. Дамарі, В. Палій, Ж. Рішар, С. Хек, О.Г. Лищенко, О. Ніколаєнко та багато інших.

Постановка завдання. Мета статті – розкрити та проаналізувати підходи до відображення довгострокової дебіторської заборгованості за справедливою вартістю відповідно до вітчизняних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим у дослідженні цього питання є визначення сутності поняття «дебіторська заборгова-

ність». УП(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» [2] це поняття відповідає сумі заборгованостей дебіторів перед підприємством дебіторів на певну дату. Дебітори – це фізичні і юридичні особи, які мають заборгованість у вигляді грошових коштів, чи еквівалентних їм активів, яка виникла в результаті минулих подій.

МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» вказує, що дебіторську заборгованість слід визнавати як фінансовий актив, без наведення чіткого визначення цього поняття [5].

Якщо дебіторська заборгованість відповідає визначенню фінансового активу, то вона регламентується П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» [3]. Якщо розглядати довгострокову дебіторську заборгованість, яка виникла в результаті операції із використанням фінансових інструментів, то вона підлягає під визначення фінансового активу в частині контракту, що дає право отримати грошові кошти або інший фінансовий актив від іншого підприємства.

Тлумачення поняття «дебіторська заборгованість» серед українських та закордонних учених має відмінності, які зумовлені різними системами ведення бухгалтерського обліку та економічних процесів загалом.

Тлумачення цього поняття різними науковцями зазначено в таблиці 1. Цікавий підхід до тлумачення дебіторської заборгованості у закордонних авторів. Так, accounts receivable (анг.) має такі варіанти перекладу: рахунки до отримання, рахунки дебіторів, дебітор за розрахунками.

Відмінність визначень і підходів полягає в тому, що деякі вчені, як от О.П. Крайник, З.В. Клепікова, Т. Момот, вважають дебіторську заборгованість позикою, виданою іншому підприємству, інвестицією в його капітал.

Якщо розглядати дебіторську заборгованість у часовому аспекті, то вона поділяється на дві групи. Цей поділ є стандартним і включає короткострокову дебіторську заборгованість (очікувана дата погашення якої очікується упродовж одного

року) та довгострокову (очікувана дата погашення якої понад 12 місяців). Цей поділ є важливим в обліковому процесі через низку причин.

По-перше, такий поділ дає користувачам облікових даних чітке розуміння поточних активів і вигод, які можна отримати у наступному звітному році. Оскільки це оборотний капітал підприємства, то коректно відображена інформація про поточну дебіторську заборгованість може суттєво вплинути на управлінське рішення з приводу таких важливих питань, як розширення масштабів компанії, виплати дивідендів тощо.

По-друге, питання поділу дебіторської заборгованості за термінами погашення є необхідним через різні методики відображення в обліку. Принцип відображення залишається незмінним – сума має відповідати справедливій або чистій реалізаційній вартості. Проте через інфляційні процеси в економіці вартість грошей у періоді змінюється, через що довгострокова дебіторська заборгованість визнається за методом «нарахованих доходів».

Сутність відображення за вищезазначеним методом передбачає дисконтування майбутніх грошових потоків. Умови дисконтування залежать від виду заборгованості.

Дисконтування – це механізм приведення майбутньої вартості грошей до теперішньої і навпаки.

Формула знаходження теперішньої вартості виглядає таким чином:

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^i}$$

Де PV – поточна вартість активу або зобов'язання; P – майбутня вартість активу або зобов'язання (або потоків грошових коштів від використання активу або зобов'язання); r – ставка дисконтування; n – кількість періодів.

Найбільш суперечливим і складним питанням в цьому процесі є вибір ставки дисконтування.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності дебіторської заборгованості

Автор/джерело	
Визначення П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»	Дебіторська заборгованість – це суми заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.
Голов С.Ф.	Дебіторська заборгованість – фінансовий актив, що є контрактним правом однієї сторони отримати гроші й узгоджується з відповідним зобов'язанням сплати іншої сторони.
Д. Стоун, К. Хітчинг	Дебіторська заборгованість – це сума боргів, які винні підприємству юридичні або фізичні особи та які виникли у результаті господарських відносин з ними.
Лищенко О.Г.	Дебіторська заборгованість – це фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства.
Момот Т.	Дебіторська заборгованість – безвідсоткова позика контрагентам.
Крайник О.П., Клепікова З.В.	Дебіторська заборгованість – форма відстрочки платежу – відкритий кредит (неформальна або формальна угода, яка передбачає виконання послуг замовником або реалізації продукції покупцю з відстрочкою оплати за них. Такий кредит вважається безкоштовним та без чіткого визначення строку.

В економічній літературі є такі моделі визначення ставки дисконтування:

- модель оцінки CAPM;
- модифікована модель оцінки капітальних активів CAPM;
- модель Е. Фама і К. Френча;
- модель М. Кархарта;
- модель Гордона (дивідендів постійного зростання);
- модель середньозваженої вартості капіталу (WACC);
- модель, яка базується на рентабельності капіталу підприємства;
- метод ринкових мультиплікаторів
- метод розрахунку з урахуванням премій на ризик;
- метод, який передбачає експертну оцінку активу і ставки дисконтування.

Capital Asset Pricing Model, CAPM

$$E(R_i) = R_f + \beta_i(E(R_m) - R_f),$$

де $E(R_i)$ – ставка дохідності;

R_f – безризикова ставка дохідності;

β_i – коефіцієнт чутливості активу до зміни ринкової дохідності;

$E(R_m)$ – очікувана дохідність ринкового портфеля.

Частина формули $E(R_m) - R_f$ є премією за ризик вкладення коштів.

Перевагами цього методу визначення ставки дисконтування є те, що він враховує взаємозв'язок доходності акції з дохідністю ринку. Це повертає модель оцінки в реалії економічного середовища, в якому функціонує підприємство. Дає змогу визначити необхідний рівень, за якого фінансовий актив буде врівноважений з ринком.

До недоліків цього методу оцінки можна віднести наявність лише одного фактора впливу, що робить його простим в обчисленні, але недостатньо ефективним в умовах множинності факторів економічного впливу на ринок (наприклад, оподаткування).

Тому доцільно ввести додаткові змінні у формулу розрахунку ставки дисконтування за CAPM, такі як несистематичний ризик.

Формула матиме такий вигляд:

$$r_i = r_f + \beta \cdot (r_m - r_f) + r_u;$$

де r_i – очікувана дохідність;

r_f – дохідність за безризиковим активом;

r_m – ринкова дохідність;

β – коефіцієнт чутливості активу до зміни ринкової дохідності;

r_u – ризикова премія, визначена на основі несистематичного ризику.

Показник несистематичного ризику має експертну природу. Статистичного методу визначення зараз не виведено, оскільки цей фактор суб'єктивний для кожної компанії на конкретну дату розрахунку для врахування часового фактору.

Приклад впливу несистемних ризиків на ставку дисконтування наведено в таблиці 2.

Таблиця 2
Вплив несистемних ризиків
на дохідність акції

Ризики	Поправка на ризик, %
Вплив податків	0,4%
Зміна цін на сировину і комунальні послуги	0,2%
Управлінський ризик	0,2%
Ризик виконання контрактів постачальниками	0,3%
Вплив сезонності виробництва і попиту	0,4%
Умови залучення капіталу	0,3%
Загальна сума поправки на несистематичні ризики	1,8%

У 1992 році Е. Фама і К.Френч додали до CAPM ще два фактори, які впливають на майбутню норму прибутку. Ці фактори являють собою розмір підприємства та недооцінку. До основної формули додаються коефіцієнти відношення балансової вартості компанії до її ринкової капіталізації. Премією за розмір вважається різниця між дохідністю компанії з найбільшим обсягом капіталізації та найменшим, згідно з Дослідницьким центром вартості цінних паперів (CRSP). Тобто за цією методологією береться 30% найбільших та 30% найменших компаній.

Недоліком цієї моделі в Україні є відсутність визначення параметрів для премії комісією з цінних паперів України.

Оскільки трифакторна модель дає ефект на довгостроковому відрізку часу, то в 1997 році М. Кархарт ввів четвертий параметр – момент. Він відображає швидкість зміни ціни. Таким чином, ця модель стала адаптованою до вартості активу в момент визначення теперішньої чи майбутньої вартості.

Наступним методом визначення ставки дисконтування є модель Гордона. Ця модель є специфічною, оскільки її сфера застосування обмежена суб'єктами господарювання, які випускають звичайні акції з виплатою дивідендів. Це зумовлено формулою розрахунку, наведеною нижче:

$$r = \frac{DIV}{P \cdot (1 - fc)} + g;$$

де DIV – розмір очікуваних дивідендів за рік на одну акцію;

P – ціна розміщення акцій;

fc – витрати на емісію;

g – темп приросту дивідендів.

Для того щоб використовувати цю модель, необхідно мати достовірну інформацію щодо діяльності підприємства. Вона передбачає стабільний ринок, економічні умови, які не характеризуються значними коливаннями, наявність достатньої кількості ресурсів для поступального

розвитку. В Україні модель Гордона буде давати похибку, рівну непередбачуваним подіям та стихійній поведінці ринку, особливо якщо діяльність підприємства залежить від іноземної валюти.

Але перевагами цієї моделі є те, що з її допомогою оцінюють ціни на акції та вартість бізнесу загалом для позабіржових компаній, які достовірно оцінити іншим методом майже неможливо.

Найбільш популярним та широко використовуваним методом визначення ставки дисконтування є модель середньозваженої вартості капіталу (англ. WACC, Weighted Average Cost of Capital). Вона є найбільш ефективною в межах окремо взятого підприємства, оскільки показує необхідний рівень доходності фінансового активу через співвідношення власного та позичкового капіталу, тобто альтернативну вартість вкладення коштів. За її допомогою можна визначити мінімальний рівень доходності для покриття користування позичковими коштами.

До переваг цієї моделі також можна віднести те, що вона враховує ціну користування коштами після податкового вирахування, що є дуже важливим для реальної оцінки прибутку, одержаного від операцій з активом. Також формула враховує питому вагу кожного сегменту капіталу підприємства, що є важливим для визначення доходності інвестицій.

$$WACC = R_e \frac{E}{V} + R_d (1 - t) \frac{D}{V};$$

де r_e , r_d – необхідна доходність власного і позичкового капіталу,

E/V , D/V – питома вага власного і позичкового капіталу,

t – ставка податку на прибуток.

Найбільш простою для підприємства під час дисконтування довгострокової дебіторської заборгованості є ситуація, коли ставка узгоджена в договорі з відстрочкою платежу. Тоді за основу для оцінки береться саме такий рівень доходності.

Якщо розглядати довгострокову дебіторську заборгованість за суттю, то вона є інвестицією в інше підприємство. Найбільш простою альтернативою такому вкладенню є депозит. Якщо є достатня впевненість, що підприємство має можливість використати ресурси для вкладу під відсоток, то можна використовувати як ставку дисконтування середню ставку за депозитами нефінансових установ суб'єктам господарювання.

В Україні статистику ставок веде Національний банк України. Найбільш коректно брати ставку за той період, в якому довгострокова дебіторська заборгованість виникла.

Висновки з проведеного дослідження. Проаналізувавши визначення дебіторської заборгованості, зокрема довгострокової, ми вважаємо, що найбільш точною дефініцією є відображення дебіторської заборгованості за суттю, тобто як інвестиції в капітал іншого підприємства. Це не суперечить П(С)БО 10 та МСФЗ 9, тому така заборгованість покупців і замовників є фінансовим інструментом підприємства.

Розглянувши методи визначення ставки дисконтування довгострокової дебіторської заборгованості, можна дійти висновку, що в сучасних економічних українських умовах найбільш доцільним є використання методу середньозваженої вартості капіталу, модель Гордона (для компаній, які ведуть позабіржову діяльність) та використання депозитної відсоткової ставки для простих господарських операцій і для суб'єктів господарювання, які не є акціонерними товариствами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ставка дисконтирования. 10 современных методов расчета. URL: <http://finzz.ru/stavka-diskontirovaniya.html>.
2. П(С)БО № 10 «Дебіторська заборгованість» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 8 жовтня 1999 р. № 237.
3. П(С)БО № 13 «Фінансові інструменти» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 січня 2000 р. № 20.
4. Пушкар М.С. Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні [Текст]. – Тернопіль: Лілея, 2000. – 106 с.
5. Хендриксен Э.Е., Ван Бреда М.Ф. Теория бухгалтерского учета [Текст]: Пер. с англ. / Под. ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 576 с.
6. МСФЗ 9 «Фінансові інструменти».

ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ СТРУКТУРАХ

FEATURES OF DOMESTIC AUDIT IN COMMERCIAL BANKING STRUCTURES

Панкратова Л.А.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Уманський національний університет садівництва

Ратушна О.П.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Уманський національний університет садівництва

Макушок О.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу,
Уманський національний університет садівництва

У статті висвітлено та дано оцінку стану наукової проблематики та дискусійних питань, що пов'язані з методологією, організацією та плануванням внутрішнього аудиту в комерційних банківських структурах. Досліджено змістову характеристику внутрішнього аудиту. Подано систематизацію основних функцій, завдань та напрямів розвитку системи внутрішнього аудиту України в комерційному банківському середовищі.

Ключові слова: внутрішній аудит, зовнішній аудит, контроль, система внутрішнього аудиту, аудиторська служба.

В статье рассмотрено и оценено состояние научной проблематики и дискуссионных вопросов, связанных с методологией, организацией и планировкой внутреннего аудита в коммерческих банковских структурах. Исследована характеристика внутреннего аудита. Представлена систематизация основных функций, задач и направлений развития системы внутреннего аудита Украины в коммерческой банковской среде.

Ключевые слова: внутренний аудит, внешний аудит, контроль, система внутреннего аудита, аудиторская служба.

The article gives an overview of the state of scientific issues and discussion issues related to the methodology, organization and planning of internal audit in commercial banking structures. The content characteristics of internal audit are investigated. The systematization of the main functions, tasks and directions of development of the system of internal audit of Ukraine in the commercial banking environment is presented.

Key words: internal audit, external audit, control, internal audit system, audit service.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток банківського обслуговування в Україні на основі впровадження досягнень науково-технічного процесу зумовлює нагальну потребу удосконалення системи контролю банківської діяльності, особливо що стосується діяльності комерційних банків. Значно ускладнюють процес державного контролю банківської діяльності нестабільні економічні умови в Україні, значні недоліки в нормативно-правовому регулюванні та складність ведення діяльності у банківській сфері. За цих умов більшість науковців та практиків переконані, що розгалужена система внутрішнього аудиту банківських установ дає змогу

підвищити ефективність усіх банківських інструментів та послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вплив на обґрунтування необхідності внутрішнього аудиту в банках України справили праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених: Р. Доджа [7], С. Терлі, А.М. Герасимовича, Л.В. Кіндрацької, К.О. Назарова [8], О.А. Петрик [9], Л.О. Примосткого, Г.І. Спях, Т.І. Фаріон [11] та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Контроль і регулювання банківської діяльності України є недосконалим щодо вимог міжнародних стандартів, тому необхідне детальне дослідження наукової проб-

лематики та дискусійних питань, пов'язаних із сучасною організацією системи внутрішнього аудиту в Україні.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Головною метою статті є дослідження процесу організації банківського внутрішнього аудиту та його регулювання і відповідності міжнародним стандартам.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасні тенденції розвитку національної економіки відображають процес переходу від екстенсивного до інтенсивного розвитку банківської системи, усе більше розширення сфер діяльності банків, відповідності організації обліку банківської діяльності до міжнародних стандартів обліку. Пошук оптимальної організації контролю банківської діяльності і відповідності її до міжнародних стандартів обліку визначає об'єктивну необхідність активного становлення і розвитку такого важливого інформаційного сегменту, як внутрішній аудит банківських послуг. Процеси гармонізації та стандартизації обліку, які відбуваються в усьому світі, та завдання щодо адаптації бухгалтерського обліку в банках України до міжнародних стандартів потребують удосконалення системи внутрішнього контролю як на рівні держави, так і на рівні банку. Тому на сучасному етапі значну роль повинна відігравати служба внутрішнього аудиту комерційного банку як основний важіль впливу на регулювання фінансової стійкості банківської установи.

Кризова ситуація, в якій існують усі без винятку суб'єкти господарювання в Україні, перетворює державну підтримку комерційного банківського сектору на першочергову потребу.

Ця необхідність зумовлюється і тим, що саморегуляція через ринковий механізм у таких умовах просто не діє. У банківській системі потрібно вжити всіх необхідних заходів, щоб стимулювати кредитні та грошові ринки. Держава повинна максимально підтримувати довіру до банківського спектру послуг через програми страхування і гарантування депозитів як фізичних осіб так і суб'єктів господарювання.

У кризовій ситуації проводити перевірку банківських установ аудитором потрібно за повної інформаційної бази, також він повинен розуміти принципи здійснення банківських операцій у кризу і ступінь ризиків, пов'язаних з їх здійсненням. Сфери контролю за діяльністю банківських установ показано на рисунку 1 [11].

Необхідність посилення контролю за діяльністю комерційних банків в Україні викликана зростанням кількості проблемних банків і пов'язана не лише із загальною економічною кризою країни, а й із дією негативних факторів, що виникають внаслідок ризикованої кредитної політики та недостатності внутрішнього контролю у банках, про що свідчить збільшення кількості комерційних банків, що «лопнули» в останні роки.

Банківська система характеризується значною кількістю невирішених проблем, однак основною є відсутність чіткої організації управлінських рішень, спрямованих на адаптивні заходи для підвищення стійкості банків, які би враховували посилені вимоги до рівня капіталу. Банк, по суті, – це мультифункціональна організація, яка надає великий спектр банківських послуг своїм клієнтам та характеризується високою ризикованістю. Ризики у діяльності комерційного банку певною мірою обмежу-

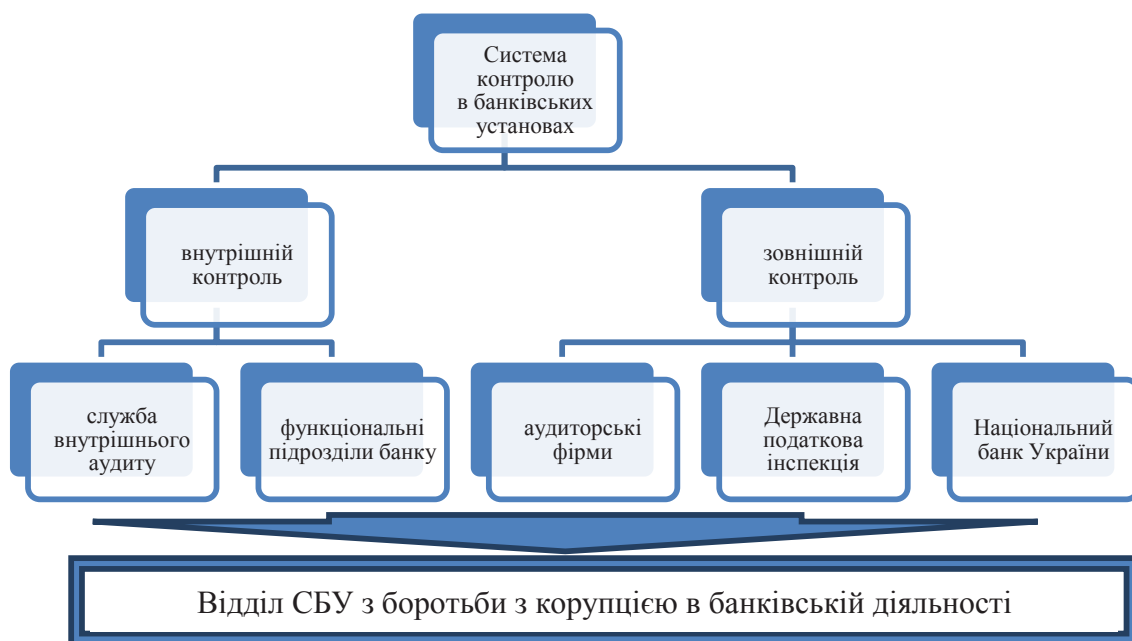


Рис. 1. Схема контролю за діяльністю банківських установ

ються нормативними документами Національного банку України, проте обмежити всі ризики неможливо, їх потрібно мінімізувати. Зниження або мінімізація ризиків у діяльності комерційного банку є необхідною умовою його успішної роботи, що, як свідчить практика, досягається у банку, де функціонує адекватно організована система внутрішнього контролю [11].

Зовнішній та внутрішній аудит досліджують питання обліку одного і того ж комерційного банку і мають певні спільні цілі, зокрема збереження активів, тестування достовірності фінансової звітності і подання керівництву банку рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності банку та покращення внутрішнього контролю тощо [9]. Зовнішній та внутрішній аудит мають багато спільних рис та принципів, проте є і кардинальні відмінності в організаційних підходах, що унеможливають розгляд цих понять як тотожних. Необхідно чітко усвідомити суть понять «зовнішній аудит банку» і «внутрішній аудит банку».

Зовнішній аудит банку – це визначення стану банку на основі перевірки правильності складання та підтвердження достовірності балансу, обліку прибутків та збитків, аналізу стану обліку, відповідність обліку та дій банку вимогам чинного законодавства, дотримання рівності прав акціонерів (учасників) під час розподілу дивідендів, голосування, надання прав на придбання

нових акцій тощо та підготовка висновків для надання інформації керівництву, акціонерам (учасникам) банку та іншим користувачам.

Внутрішній аудит банку – це незалежна експертна діяльність аудиторської служби банку для перевірки й оцінки адекватності та ефективності системи внутрішнього контролю та якості виконання посадових обов'язків співробітниками банку. Внутрішній аудит передбачає отримання в документальній формі процедур і опису методів, які застосовуються банком для здійснення внутрішнього контролю.

Внутрішній аудит є однією з форм внутрішнього фінансово-господарського контролю діяльності банку.

Є суттєві відмінності в етапах організації та етапах здійснення процедури проведення внутрішнього та зовнішнього аудиту. Однак ефективні підходи, якими користуються зовнішні аудитори, бажано використовувати і під час організації та методичного забезпечення внутрішнього аудиту. Наприклад, процедури вивчення і документування системи внутрішнього аудиту, наведеної на рисунку 2.

Якщо організація зовнішнього аудиту з погляду банківського контролю за часом виконання – це безперервний процес, що здійснюється всіма організаційними, економічними і технічними службами і при цьому охоплює всі підрозділи

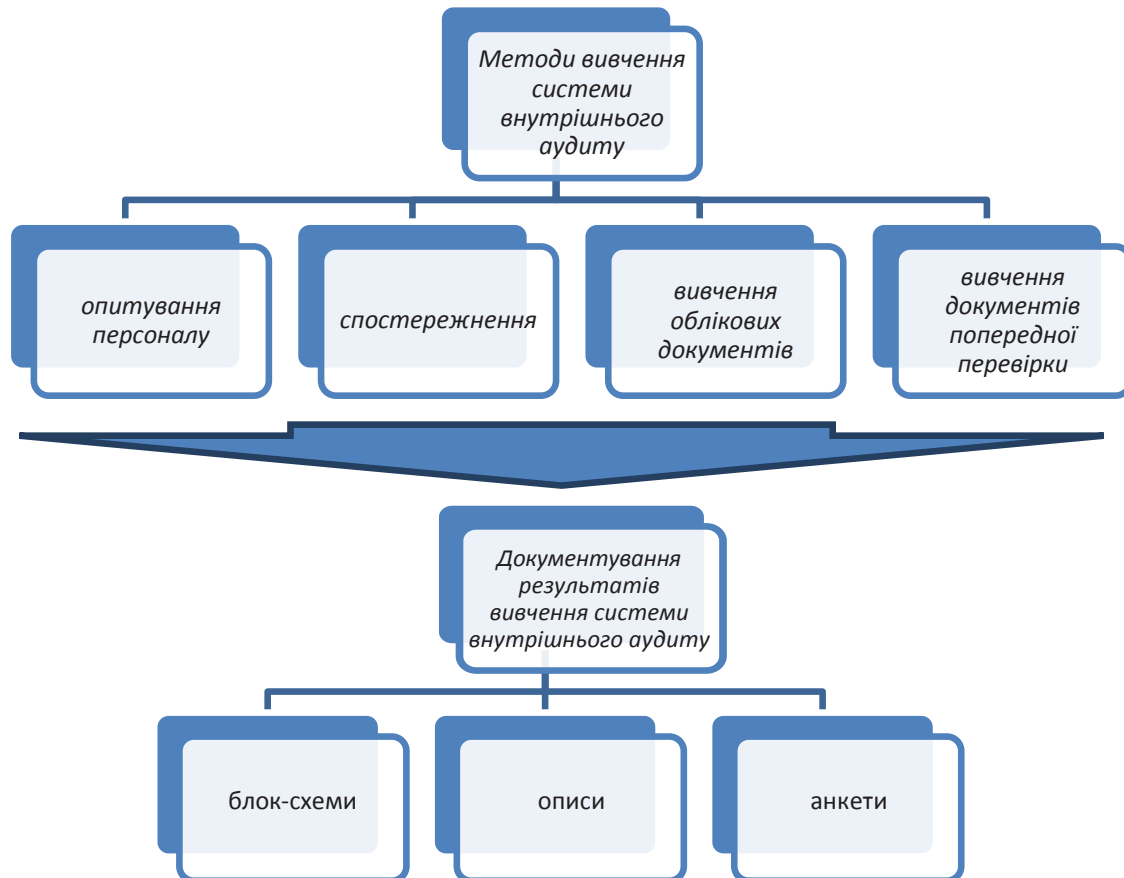


Рис. 2. Методи вивчення і документування системи внутрішнього аудиту банку

Таблиця 1

Переваги й недоліки організації системи внутрішнього аудиту банку

Переваги системи внутрішнього аудиту	Недоліки системи внутрішнього аудиту
1. Функціонування в банку на постійній основі. 2. Знання специфіки діяльності банку, специфіки системи внутрішнього контролю, що значно спрощує процедуру перевірки й підвищує вірогідність її результатів. 3. Можливість підвищення професійної підготовки, сприяння кар'єрному росту управлінських кадрів. 4. Підвищення престижу банку, якості корпоративного управління.	1. Складність вибору організації системи внутрішнього аудиту. 2. Залучення висококваліфікованих спеціалістів та підвищення їх професійного рівня (високі витрати). 3. Розроблення власної методичної бази.

фінансово-господарської діяльності банківської установи, то внутрішній аудит проводиться періодично, на конкретних ділянках об'єкта обліку і тільки спеціалістами-аудиторами банку.

Для забезпечення внутрішнього аудиту в комерційному банку створюється спеціальний відокремлений підрозділ – служба внутрішнього аудиту, яка є самостійним структурним підрозділом банку і безпосередньо підпорядковується спостережній раді банку.

Перевірки службою внутрішнього аудиту здійснюються на основі Положення про службу внутрішнього аудиту банку та внутрішніх регламентів, які кожний банк розробляє самостійно з дотриманням вимог Національного банку України, міжнародного досвіду та специфіки діяльності самого банку. Положення про службу внутрішнього аудиту затверджує спостережна рада банку. Служба внутрішнього контролю має доступ до конфіденційних документів та перевіряє їх. Внутрішні аудитори зобов'язані дотримуватися положень Закону України «Про банки і банківську діяльність», забезпечувати захист інформації, отриманої під час аудиторських перевірок, документів банку та його комп'ютерних систем [6].

Основна мета внутрішнього аудиту – це захист інтересів інвесторів, акціонерів, банку та його клієнтів, що забезпечується періодичним контролем над відповідністю фінансової звітності банку законодавчим і нормативним актам, забезпеченням ефективності банківської діяльності. Служба внутрішнього аудиту подає результати проведеної перевірки та рекомендації щодо покращення проблемних питань керівництву для прийняття відповідних рішень.

Створення служби внутрішнього аудиту для комерційних банків є обов'язковою вимогою Національного банку України. Організація служби внутрішнього аудиту повинна базуватися на внутрішній методичній базі, що розробляється банком. Для керівництва банку створення служби внутрішнього аудиту є не тільки додатковими вкладеннями, а й запорукою ефективності діяльності банку в майбутньому.

Основні переваги й недоліки системи внутрішнього аудиту розглянуті в таблиці 1.

Організована ефективна діяльність служби внутрішнього аудиту, яка чітко взаємодіє із зовнішніми аудиторами, є гарантією впевненості керівництва успішної роботи банку на постійній основі. Діяльність підрозділу внутрішнього аудиту сприяє більш глибокому й обґрунтованому аналізу діяльності банку.

Отже, внутрішній аудит банку є основним складником аналізу банківської діяльності, а також сприяє оптимізації діяльності банку.

Висновки. Банківська система України потребує подальшого стимулювання розвитку розгалуженої системи внутрішнього аудиту банківських установ з боку держави як основний важіль впливу на регулювання фінансової стійкості банківської установи. Належним чином організована система внутрішнього аудиту у комерційних банках сприяє підвищенню ефективності ведення банківської діяльності, попередженню її ризиків та підвищує контрольно-регулятивну функцію керівництва. Перспективою подальших досліджень з виявленої проблематики є глибокий аналіз та розроблення ефективної організаційної форми проведення внутрішнього аудиту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про аудиторську діяльність: Закон України від 22 квітня 1993 р. № 3125–XII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3125-12> (дата звернення: 03.09.2018).
2. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07 грудня 2000 р. № 2121–III / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (дата звернення: 03.09.2018).
3. Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні: Постанова НБУ № 368. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01> (дата звернення: 07.08.2018).
4. Про затвердження Концептуальної основи контролю аудиторської діяльності в Україні: Рішення Аудиторської палати України від 27 вересня 2007 р. № 182/3. URL: <http://www.apu.com.ua/content.php?lang=ukr&c> (дата звернення: 07.08.2018).
5. Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні: Постанова НБУ № 368. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01> (дата звернення: 03.09.2018).

6. Положення про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках України: Постанова Правління Національного банку України від 20.03.1998 р. № 114. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=v0548500-98> (дата звернення: 07.08.2018).
7. Додж Р. Краткое руководство по стандартам и нормам аудита. М.: Финансы и статистика, 1992. 240 с.
8. Назарова К.О. Аудит: еволюція, потенціал, ефективність: монографія. Київ, 2015. 464 с.
9. 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.
10. Письменна М.С. Особливості методики діагностичного обстеження службою внутрішнього аудиту в банках. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2011. Вип. 130. С. 59–62.
11. Спак Г.І., Фаріон Т.І. Облік і аудит у банках: підручник. Київ: Атіка, 2004. 328 с.

СТАТИСТИКА

УДК 519.237.8

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF CLUSTER ANALYSIS USE

Пономаренко І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Київський національний університету технологій та дизайну

Бойко Д.Ю.

магістр,
Київський національний університету технологій та дизайну

Статтю присвячено особливостям використання методів кластерного аналізу для виокремлення груп, що містять подібні за певними показниками одиниці сукупності. Доведено важливість використання зазначеного методу в межах комплексного статистичного аналізу соціально-економічних явищ та процесів. Наведено ключові етапи виконання кластеризації, що дасть змогу сформувати групи на основі науково обґрунтованих підходів та розробити згідно з отриманими результатами ефективні управлінські рішення.

Ключові слова: вибірка, дендрограма, кластерний аналіз, одиниці сукупності, система показників.

Статья посвящена особенностям использования методов кластерного анализа для выделения групп, содержащих подобные по определенным показателям единицы совокупности. Доказана важность использования указанного метода в рамках комплексного статистического анализа социально-экономических явлений и процессов. Приведены ключевые этапы выполнения кластеризации, что позволит сформировать группы на основе научно обоснованных подходов и разработать согласно полученным результатам эффективные управленческие решения.

Ключевые слова: выборка, дендрограмма, кластерный анализ, единицы совокупности, система показателей.

The article is devoted to the peculiarities of cluster analysis methods use for the selection of groups containing similar in certain units of aggregate. The importance of using this method in the comprehensive statistical analysis framework of socio-economic phenomena and processes is proved. The key stages of clusterization implementation are described, which will allow forming groups based on scientifically based approaches and develop effective management decisions according to the obtained results.

Key words: sampling, dendrogram, cluster analysis, aggregate units, system of indicators.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах компанії накопичують великі обсяги інформації, яка знаходиться у структурованому, напівструктурованому та неструктурованому вигляді. Зазначені дані необхідно розглядати як цінний ресурс, який можливо використати після застосування комплексу економіко-математичних та статистичних методів для прийняття ефективних управлінських рішень. На етапі дослідження будь-яких даних необхідно використати комплекс методів, що дають змогу виявити структуру. Цілий клас методів орієнтований на ідентифікацію певних

груп у досліджуваній сукупності. Класифікація дає можливість створити певну кількість груп, у кожній з яких одиниці сукупності характеризуються спільними характеристиками згідно з наявною системою показників. Одним із методів, який широкого використовується для проведення групування, є кластерний аналіз. Науковцями розроблено значну кількість методів кластеризації, а переваги їх використання пояснюються відсутністю суворих обмежень до якості даних та простотою інтерпретації отриманих результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спираються автори. Дослідженню питань

використання методів кластерного аналізу присвячено праці таких іноземних учених, як: М. Алдендерфер, Д. Гарсон, Г. Джеймс, Б. Еверіт, А. Кассамбара, Р. Кінг, С. Ландау, М. Лісі, М. Мейла, Ч. Ромесбург, Д. Стахл, К. Хеннінг та ін. Проте існує потреба в постійному дослідженні еволюції методів кластеризації та виявленні особливостей їх застосування для розподілу одиниць сукупності на групи згідно з науково обґрунтованими підходами і виходячи зі специфіки явищ та процесів, що вивчаються.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – дослідити й узагальнити сучасні методичні підходи до використання кластерного аналізу для групування сукупності одиниць за системою статистичних показників.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Розвиток суспільства нерозривно пов'язаний із використанням інформаційних технологій, що дають можливість накопичувати великі обсяги інформації щодня. Джерелами продукування даних виступають країни, види економічної діяльності, компанії та громадяни. Інформацію отримують у графічній формі зі супутників, фото- та відеоапаратури різноманітних компаній, які застосовують отримані візуалізації як дані. Медичні центри та спеціалізовані наукові лабораторії проводять значну кількість досліджень у сфері біомедицини, що дає змогу накопичувати великі обсяги відповідної статистичної інформації. Маркетингові компанії в рамках реалізації комплексних стратегій розвитку проводять складні

дослідження ринків та населення для визначення ефективних інструментів налагодження комунікацій із цільовою аудиторією та отримання конкурентних переваг, а в процесі накопичують великі масиви даних. Важливим джерелом генерування інформації виступає мережа Інтернет, оскільки щоденно користувачі у соціальних мережах публікують графічні, аудіо- та відеоматеріали, додаючи відповідні коментарі, а компанії розміщують на власних ресурсах тематичний контент. У багатьох компаніях різноманітні процеси безперервно або періодично вимірюються за допомогою спеціалізованих приладів, що призводить до накопичення значної інформації [1; 2].

Великі дані є цінним ресурсом, проте необхідно проводити комплексне дослідження отриманої інформації за допомогою математичних та статистичних методів, а на основі здійсненого аналізу розробляти ефективні управлінські рішення виходячи з особливостей прикладної сфери. Одним із важливих напрямів аналізу виступає класифікація досліджуваної сукупності об'єктів на групи виходячи з наявних ознак та мети дослідження [3]. Ефективним методом для вирішення зазначеного завдання є кластерний аналіз, який дає змогу вирішити низку важливих питань класифікації (рис. 1).

Кластерний аналіз застосовується у багатьох сферах: антропології, археології, біології, геології, державному управлінні, маркетингу, медицині, психології, соціології, філології, хімії тощо. Розглянемо приклади застосування даного методу:

– маркетинг – сегментування ринку за окремими показниками: продуктами, соціально-еко-



Рис. 1. Основні завдання кластерного аналізу [4]

номічними характеристиками споживачів, наявними на ринку конкурентами тощо;

– банківські установи – визначення різноманітних груп клієнтів із певними типовими рисами поведінки, що дає можливість ідентифікувати сумлінних і неблагонадійних позичальників кредитів, а також розробляти спеціалізовані банківські продукти для окремих категорій користувачів;

– страховий бізнес – формування типових профілів клієнтів для подальшого віднесення майбутніх клієнтів до групи з певним рівнем ймовірності настання страхового випадку, а також створення спеціалізованих страхових продуктів на основі отриманих класифікації потенційних споживачів даних послуг;

– медицина – групування типових клінічних випадків із віднесенням їх згідно з виявленою симптоматикою до певного діагнозу та формування специфічної процедури лікування; класифікація медико-біологічних об'єктів;

– телекомунікаційний бізнес – виявлення однорідних груп споживачів телекомунікаційного контенту та формування спеціалізованих пакетів послуг;

– соціологія – групування респондентів, які надали відповіді на тематичні питання, за певними ознаками для виявлення відношення населення до важливих соціально-економічних процесів тощо [4].

Існує понад 100 алгоритмів кластеризації, на рис. 2 представлено основні методи кластерного аналізу, які використовуються в сучас-

них умовах для розподілу одиниць сукупності на групи. Наведені методи володіють певними недоліками та перевагами, а їх використання дає можливість отримати різноманітні результати групування одиниць сукупності. Під час вирішення реальних завдань дослідники вибирають найкращий варіант кластеризації виходячи із цілей дослідження та наявних обмежень (часових, матеріальних тощо).

Під час проведення кластерного аналізу виконуються такі етапи:

1. Формування мети дослідження та обґрунтування доцільності використання методів кластерного аналізу для групування одиниць сукупності у досліджуваних явищах.

2. Збір необхідної інформації, бажано на основі науково обґрунтованої статистичної методології. Формування бази даних передбачає використання певної системи показників та відбір репрезентативної вибіркової сукупності. Іноді аналітикам доводиться досліджувати неструктуровані дані, а також використовувати малі вибірки, що пояснюється специфікою досліджуваних явищ або неможливістю поліпшити процедуру збору інформації в певних умовах. Однією з переваг кластерного аналізу є можливість його використання до зазначених даних.

3. Стандартизація даних або використання методу експертних оцінок. Здебільшого показники, що передбачається використовувати під час кластеризації, мають різну розмірність. За використання фактичних даних показники з великою

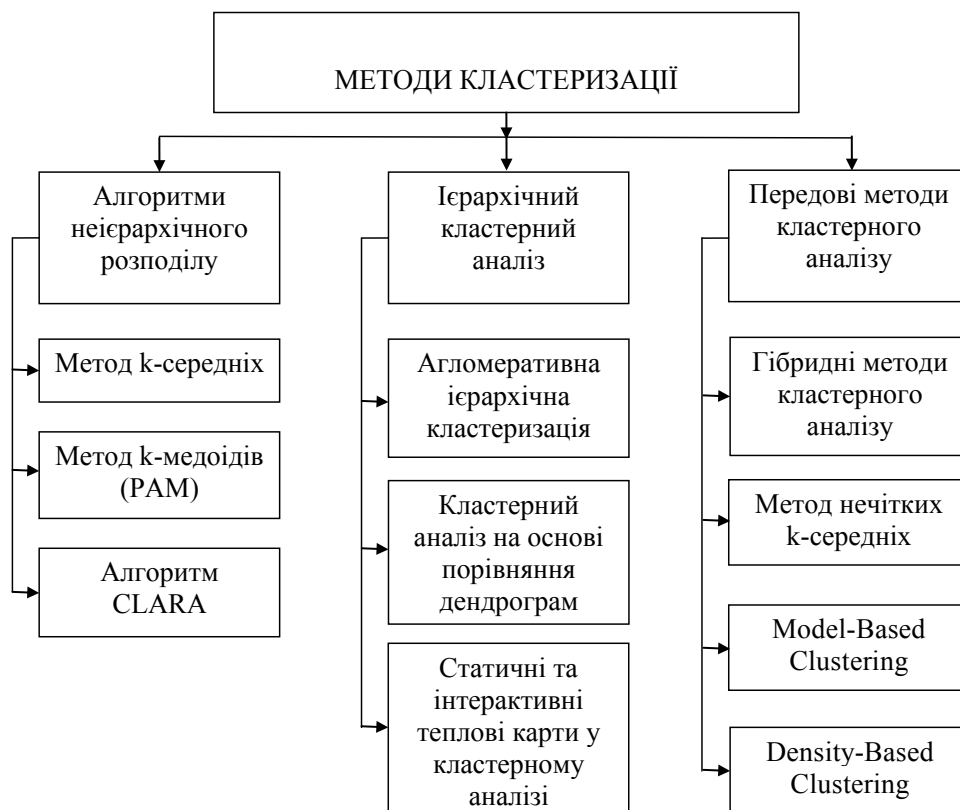


Рис. 2. Основні методи кластерного аналізу [5]

розмірністю істотно впливають на формування кластерів порівняно з показниками з малою розмірністю. Для нівелювання чинника розмірності дані доцільно стандартизувати. Метод експертних оцінок доцільно застосовувати для надання різної ваги показникам, що використовуються в процесі кластеризації. У процесі кластеризації відбір показників можливий на основі обчислення p -value. Поряд із цим у процесі реалізації процедури кластерного аналізу можливо перевіряти будь-які групування сукупності шляхом перебору різноманітних комбінації показників, що включаються в розрахунки.

4. Визначення кількості кластерів. Для вибору оптимального числа кластерів може бути використаний метод «локтя», графік GAP-статистики, графік ширини силуетів та ін. У процесі відбору кількості кластерів необхідно орієнтуватися не лише на результати, які було отримано після проведення алгоритму підрахунку. Іноді методи розділяють сукупність на кластери, в яких міститься лише одна одиниця сукупності, що вважається недопустимим. Під час розподілу сукупності з кількістю кластерів, що містять одиничні елементи, необхідно використати інший метод виділення кількості груп.

5. Перевірка адекватності кластеризації. Існує декілька підходів до валідації кластерів:

- зовнішня валідація, яка полягає у порівнянні підсумків кластерного аналізу із заздалегідь відомим результатом (тобто мітки кластерів відомі апіорі);

- відносна валідація, яка оцінює структуру кластерів, змінюючи різні параметри одного і того ж алгоритму (наприклад, число груп k);

- внутрішня валідація, яка використовує внутрішню інформацію процесу об'єднання в кластери (якщо зовнішня інформація відсутня);

- оцінка стабільності об'єднання в кластери (або спеціальна версія внутрішньої валідації), яка використовує методи ресемплінгу [6].

6. Використання адекватних методів кластерного аналізу та відбір найкращого згідно з потребами дослідження. Під час відбору найкращого варіанту кластеризації доцільно скористатися отриманими в ході розрахунків візуалізаціями. У разі використання ієрархічного кластерного аналізу буде створено дендрограми, які дають

змогу наочно оцінити виокремлені групи одиниць сукупності. Поряд із цим застосовуються методи кластерного аналізу, які дають змогу наносити на двовимірний простір одиниці сукупності, що розподілені на групи за великою кількістю показників (більше двох). У цьому разі n -вимірний простір за допомогою спеціалізованих методів кластерного аналізу наближено переноситься на двовимірну площину. На основі отриманих результатів дослідниками вибираються кластеризації, які вважаються оптимальними у даних умовах.

7. Застосування методів статистичного аналізу для дослідження виокремлених кластерів та формування висновків і рекомендацій. Для сформованих у результаті кластеризації груп необхідно обчислити основні показники: середні значення, дисперсії, моди, медіани, коефіцієнти варіації тощо. Для проведення візуального порівняльного аналізу між кластерами здебільшого застосовується графік типу Box Plot. Також для отриманих груп можливо будувати регресійні рівняння, що дає змогу оцінити взаємозв'язки між чинниками в кожній сукупності [7]. На основі обчислених показників проводиться порівняльний аналіз виділених кластерів із зазначенням наявних між ними відмінностей.

Отже, кластерний аналіз широко застосовується у різноманітних сферах, оскільки дає змогу проводити групування одиниць у різних за обсягами сукупностях. До переваг кластеризації належать відсутність жорстких вимог до первинних даних, наявність значної кількості методів виділення груп та можливість створення різноманітних графіків з ідентифікованими кластерами.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Кластерний аналіз належить до одного з важливих методів пошуку взаємозв'язків між одиницями певної сукупності за умови використання багатовимірних даних. Гнучкість зазначено підходу дає можливість змінювати набір показників та використовувати різноманітні методи кластерного аналізу, застосовуючи для аналізу найкращі з позиції аналітика результати. Отримані у результаті кластеризації групи характеризуються схожими рисами для одиниць сукупності, які входять до окремої групи, згідно з використаними показниками, що дає можливість розробляти ефективні управлінські рішення для кожного кластера.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Kaggle Datasets. URL: <https://www.kaggle.com/datasets>.
2. Чубукова О.Ю., Ралле Н.В. Складові інноваційної економіки – освіта, технологічні уклади, когнітивні технології. Науковий вісник Полісся. 2016. № 3(7). С. 130–133.
3. Поиск структуры в данных. URL: <https://ru.coursera.org/learn/unsupervised-learning>.
4. Brian S. Everitt, Sabine Landau, Morven Leese, Daniel Stahl. Cluster Analysis, 5th Edition. John Wiley & Sons, 2011. 346 p. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/b05a/ca28ced3751d6302d8ce7396f80c90d612fd.pdf>.
5. Kassambara A. Practical Guide to Cluster Analysis in R. New York: STHDA, 2017. 187 p.
6. Шитиков В.К., Мاستицкий С.Э. Классификация, перцепция, алгоритмы Data Mining с использованием R. URL: <https://github.com/ranalytics/data-mining>.
7. Rzepka A., Ślusarczyk B. Correlation and dependence between: Business-Globalisation-Information Society and Global Society. International Journal of Management Invention. 2016. Volume 5. Issue 1. P. 39–45. ISSN 2319-8028.

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЗВІТНОГО ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ ЗА 2015–2017 РОКИ ТА ЗА I ПІВРІЧЧЯ 2018 РОКУ

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF THE REPORTING FOREIGN TRADE BALANCE OF UKRAINE FOR 2015–2017 AND FOR THE FIRST HALF OF 2018

Шемчук М.Ю.

аспірант кафедри статистики,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

У статті розглянуто питання побудови зовнішньоторговельного балансу та представлено дані митних операцій із товарами та послугами. Проведено аналіз змін обсягів експорту/імпорту товарів та послуг зокрема та зовнішньоторговельного балансу загалом. Проаналізовано вплив зовнішніх чинників на зовнішню торгівлю та розраховано сальдо зовнішньоторговельного балансу. Доведено залежність між зростанням вартості експорту-імпорту як товарів, так і послуг, що прямо впливає на динаміку зовнішньоторговельного балансу.

Ключові слова: зовнішньоторговельний баланс, торгівля, товар, послуга, експорт, імпорт, сальдо.

В статье рассмотрены вопросы построения внешнеторгового баланса и представлены данные таможенных операций с товарами и услугами. Проведен анализ изменений объемов экспорта/импорта товаров и услуг в частности и внешнеторгового баланса в целом. Проанализировано влияние внешних факторов на внешнюю торговлю и рассчитано сальдо внешнеторгового баланса. Доказана зависимость между ростом стоимости экспорта-импорта как товаров, так и услуг, который прямо влияет на динамику внешнеторгового баланса.

Ключевые слова: внешнеторговый баланс, торговля, товар, услуга, экспорт, импорт, сальдо.

The article deals with the questions of construction of foreign trade balance and presentation of data on customs operations with goods and services. The analysis of changes in volumes of export / import of goods and services in particular and foreign trade balance in general was carried out. The influence of external factors on foreign trade and the balance of foreign trade balance are calculated. The dependence between the growth of the value of export-import as goods and services, which directly influences the dynamics of foreign trade balance, is proved.

Key words: foreign trade balance, trade, goods, service, export, import, balance.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Основною проблемою дослідження є питання доцільності побудови зовнішньоторговельного балансу паралельно з платіжним балансом. Зокрема, важливим дане питання є також у частині коригування вартості експорту/імпорту товарів та послуг на вартість послуг для переробки товарів із метою реалізації за кордоном, для уникнення подвійного рахунку та коригування кінцевого результату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Основними публікаціями з даного питання є експрес-випуски Державної служби статистики України, де висвітлено щоквартальні обсяги зовнішньоторговельних операцій.

Щодо теоретичного освітлення даного питання в публікаціях, то можна виділити статтю А. Ключевської «Зовнішньоторговельні відносини України в контексті вибору її інтеграційного вектору», де розглядається питання взаємодії угруповань розвинених країн світу між собою у торговельній сфері. Також цікавою є робота В.П. Даника та Н.І. Дуляби «Зовнішня торгівля України: реалії та перспективи розвитку», в якій розглянуто тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України на основі статистичних даних щодо торгівлі товарами і послугами, а також стаття О.І. Кущенко «Статистична оцінка зовнішнього ринку України», в якій розкрито основоположні принципи та тенденції розвитку зовнішньоторговельних товарних потоків України в ув'язці з аналізом її макроекономічної ситуації і кон'юнктури світових ринків.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Основною метою дослідження є аналіз динамічних змін у зведеному зовнішньоторговельному балансі за останні роки та визначення чинників, що впливають на його зміну.

Виходячи з мети, у роботі поставлено такі завдання:

1) проаналізувати загальну ситуацію у зовнішній торгівлі в 2015–2017 рр. та в I півріччі 2018 р.;

2) оцінити вплив зміни обсягів експорту/імпорту товарів та послуг на зовнішньоторговельний баланс;

3) з'ясувати доцільність розроблення зовнішньоторговельного балансу поряд із платіжним балансом.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для аналізу сучасного стану зовнішньої торгівлі України проводиться розрахунок звітного зовнішньоторговельного балансу країни. У наукових джерелах зовнішньоторговельний баланс визначається як співвідношення вартості експорту та імпорту товарів чи послуг за певний проміжок часу [1].

Відповідно до ст. 2 Постанови Кабінету Міністрів України від 10 вересня 2003 року № 1432, Держстат щокварталу узагальнює інформацію, отриману від інших органів, складає звітний зовнішньоторговельний баланс України за зразком, визначеним у Постанові, та на 45-й день, що настає за звітним періодом, подає його до Кабінету Міністрів України та іншим користувачам (публікує на офіційному веб-сайті) [2].

У зовнішньоторговельний баланс включаються також товари, що не проходять митного декларування; товари, які ввозяться (вивозяться) фізичними особами в обсягах, що не підлягають письмовому декларуванню, а також послуги всіх видів.

Але варто зазначити, що для уникнення подвійного обліку загальні обсяги товарів та

послуг коригуються на певну змінну величину і розраховуються за формулою: усього (товари і послуги) = товари + послуги – вартість послуг для переробки товарів з метою реалізації за кордоном. Наприклад, у I півріччі 2018 р. ця величина становила в експорті 822,8 млн. дол. США, а в імпорті – 0,9 млн. дол. США [3].

Загальна динаміка зовнішньоторговельного балансу України за 2015–2017 рр. наведена на рис. 1.

Відповідно до розрахунків, представлених на рис. 1, можна зробити висновки, що в 2017 р. порівняно з 2016 р. обсяг експорту товарів і послуг зріс на 16,6%, а обсяг імпорту – на 23,6%.

У I півріччі 2018 р. порівняно з I півріччям 2017 р. обсяг загального експорту зріс на 11,1%, обсяг загального імпорту – на 13,5%.

Сальдо зовнішньоторговельного балансу в 2017 р. було від'ємним, що свідчить про підвищення імпортозалежності економіки України в останні роки. У I півріччі 2018 р. сальдо балансу товарів і послуг також негативне.

Зовнішня торгівля товарами і послугами відіграє важливу роль у формуванні ВВП країни, стимулюванні розвитку економіки України, а саме тому заходи щодо її розвитку посідають важливе місце у системі заходів щодо подолання кризових явищ [4].

Аналіз динаміки розвитку зовнішньої торгівлі відображає зниження експорту та погіршення його структури, а отже, залежність економіки країни від імпорту. Про це свідчить негативне в останні роки сальдо зовнішньоторговельного балансу.

Якщо детальніше розглянути зміни в динаміці експорту/імпорту товарів та окремо послуг, можна зробити висновки про внутрішню структуру зовнішньоторговельного балансу України (рис. 2, 3).

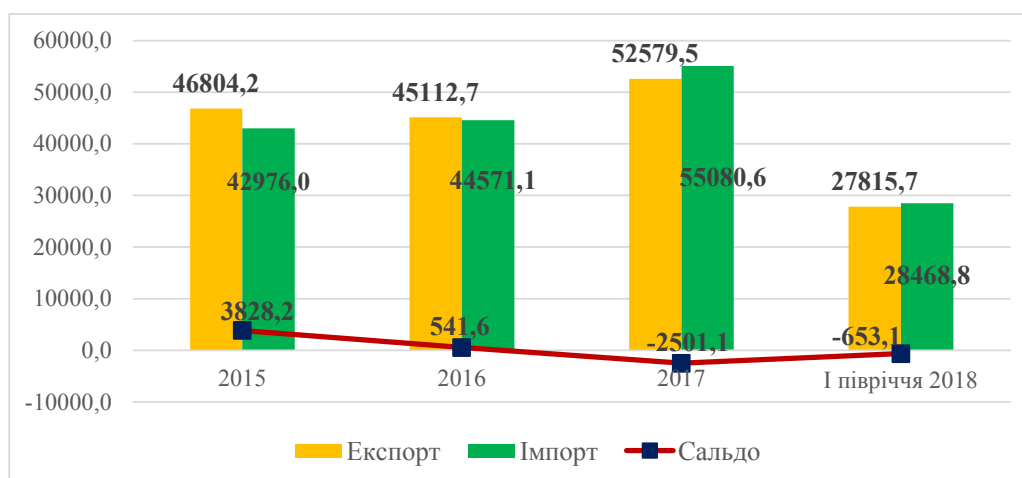


Рис. 1. Динаміка зовнішньоторговельного балансу України за 2015–2017 рр. та за I квартал 2018 р. (млн. дол. США)

Джерело: власні розрахунки автора за даними [3]

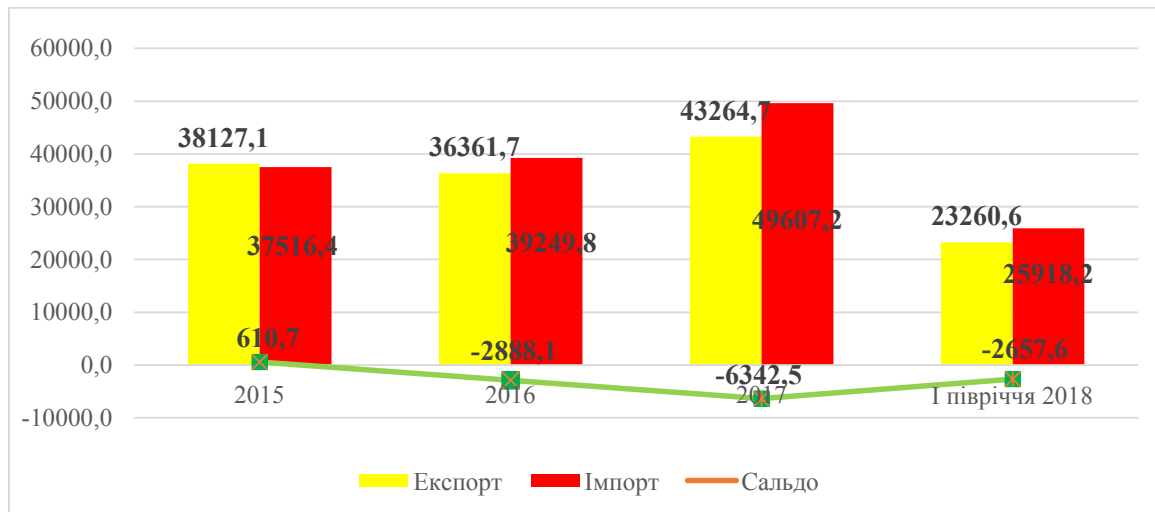


Рис. 2. Динаміка зовнішньої торгівлі товарами в 2015–2017 рр. та I півріччі 2018 р. (млн. дол. США)

Джерело: власні розрахунки автора за даними [3]

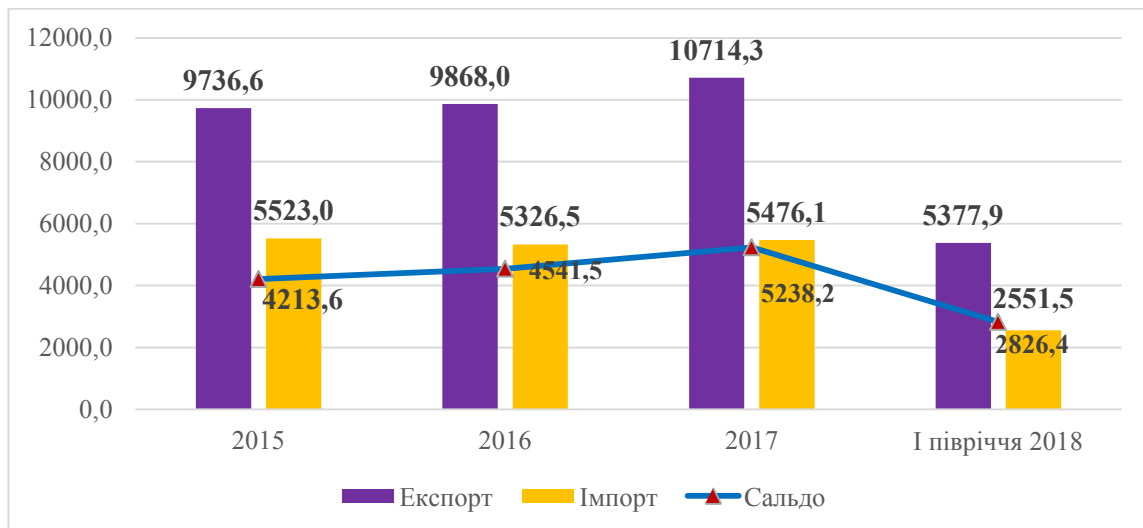


Рис. 3. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами в 2015–2017 рр. та I півріччі 2018 р. (млн. дол. США)

Джерело: власні розрахунки автора за даними [3]

За результатами проведених розрахунків, можна зробити висновок, що обсяги експорту товарів у 2017 р. зросли на 19,0% порівняно з 2016 р., а обсяги імпорту – на 26,4%.

У I півріччі 2018 р. експорт товарів зріс порівняно з I півріччям 2017 р. на 12,7%, а імпорт – на 14,5%.

Сальдо зовнішньої торгівлі товарами у 2017 р. і в I півріччі 2018 р. негативне, що знову ж таки свідчить про переважно імпорт товарів для внутрішнього використання.

Із представлених розрахунків можна зробити висновок, що експорт послуг у 2017 р. порівняно з 2016 р. зріс на 8,6%, а обсяг імпорту послуг – на 2,8%. У I півріччі 2018 р. порівняно з відповідним періодом попереднього року експорт послуг зріс на 5,7%, а імпорт – на 4,9%.

Сальдо зовнішньої торгівлі послугами було позитивним і в 2017 р., як і в I півріччі 2018 р., що свідчить про переважне надання послуг нерезидентам нашої країни.

Також сьогодні актуальним є питання публікації зведеного зовнішньоторговельного балансу поряд із платіжним балансом. Загалом Національний банк України (далі – НБУ) визначає платіжний баланс як співвідношення між сумою грошових надходжень, отриманих країною з-за кордону, та сумою здійснених нею платежів за кордон протягом певного періоду [5].

Платіжний баланс є вартісним відображенням масштабів, структури та характеру зовнішньоекономічних операцій країни та її участі

у світовому господарстві. Платіжний баланс щоквартально складається НБУ.

Між даними зовнішньоторговельних операцій, відображеними в платіжному балансі та зовнішньоторговельному балансі є певні розбіжності, які пов'язані переважно з методологічними підходами та ступенем охоплення статистикою зовнішньоторговельних операцій.

Основною причиною виникнення розбіжностей між зовнішньоторговельним балансом і платіжним балансом є те, що в платіжний баланс не включаються товари для переробки і не проводиться коригування на величину вартості послуг із перероблення [6].

У загальному висновку за результатами проведених досліджень можна сказати, що як обсяги експорту, так і обсяги імпорту в 2017 р. та I півріччі 2018 р. зростали, проте обсяги імпорту зростали значно швидше. Виходячи із цього, сальдо зовнішньої торгівлі від'ємне, що свідчить про підвищення імпортозалежності України та переважання імпорتنих продуктів на внутрішньому ринку.

Підсумовуючи, можна сказати, що аналіз тенденцій та закономірностей розвитку зовнішньої торгівлі України та чинників, що їх спонукали, дає змогу визначити основні перспективи її майбутнього розвитку.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що розрахунок зовнішньоторговельного балансу є надзвичайно важливим для економіки України

у цілому, а особливо для прийняття ефективних управлінських рішень із регулювання ринкових відносин.

Основними чинниками, які впливають на зміну показників зовнішньоторговельного балансу, є зростання/зниження обсягів експорту/імпорту товарів та послуг, що дає змогу розраховувати сальдо зовнішньої торгівлі та з його допомогою визначити напрями економічного розвитку країни.

У цілому ситуація на зовнішньому ринку України свідчить про підвищення імпортозалежності національної економіки. Сальдо зовнішньої торгівлі в 2017 р. та I півріччі 2018 р. від'ємне, хоча обсяги експорту та імпорту зростають.

Розрахунок та публікація зовнішньоторговельного балансу поряд із платіжним балансом є раціонально необхідним, оскільки в зовнішньоекономічному балансі публікуються більш уточнені та скориговані дані із зовнішньоторговельних операцій.

Більш детальне вивчення методів побудови та структури зовнішньоторговельного балансу дасть змогу користувачам статистичної інформації краще орієнтуватися в торговельній діяльності України на міжнародному ринку, а також дасть змогу уряду проводити більш виважену політику щодо стимулювання власного виробництва, зниження кризових явищ, подолання безробіття, сприяння зміцненню національної валюти для ефективного розвитку зовнішньої торгівлі України та, як наслідок, економіки України у цілому в найближчій перспективі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Качан Є.П. Регіональна економіка: підручник для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ. К., 2011. 670 с.
2. Про складання звітного зовнішньоторговельного балансу України: Постанова від 10 вересня 2003 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031432.html.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Далик В.П., Дуляба Н.І. Зовнішня торгівля України: реалії та перспективи розвитку. Науковий вісник Ужгородського університету. 2016. Вип. 7. Ч. 1. С. 110–113. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/12507/1>.
5. Ключевська А. Зовнішньоторговельні відносини України в контексті вибору її інтеграційного вектору. Дослідження міжнародної економіки. 2011. Вип. 2(67). С. 185–192. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/25219/16-Kluchevska.pdf?sequence=1>.
6. Чинники розбіжностей показників зовнішньої торгівлі (за даними НБУ та ДССУ) / Національний банк України. 29.03.2018. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=44001431>.
7. Кущенко О.І. Статистична оцінка зовнішнього ринку України. URL: http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/12732/2/Statistical_estimation.pdf.
8. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/>.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 519.8

ПОКВАРТАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ Й ЦІЛЬОВОЇ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ У 2017–2018 РР.

QUARTERLY ESTIMATION OF ECONOMIC EFFICIENCY AND TARGET EXPORT STRUCTURE FOR DNIPROPETROVSHCHYNA IN 2017–2018

Горбачук В.М.

доктор фізико-математичних наук,
старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник відділу математичних
методів дослідження операцій,
Інститут кібернетики імені В.М. Глушкова НАН України

Кирилюк В.С.

доктор фізико-математичних наук,
старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник відділу математичних
методів дослідження операцій,
Інститут кібернетики імені В.М. Глушкова НАН України

Неботов П.Г.

директор,
Державний науково-дослідний інститут
інформатизації та моделювання економіки
Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

На даних 2017–2018 рр. визначено три кластери – виробничі лідери Дніпропетровщини. Кластери охоплюють менше половини районів області. Райони-лідери не потребують генерації первинних даних. Після генерації обчислювальних даних знайдено оцінки параметрів функцій Кобба – Дугласа. Досяжний експорт області на 29% перевищує спостережуваний.

Ключові слова: поквартальне оцінювання, економічна ефективність, райони Дніпропетровщини, цільова структура експорту, великі дані.

На данных 2017–2018 гг. определены три кластера – производственные лидеры Днепропетровщины. Кластеры охватывают меньше половины районов области. Районы-лидеры не требуют генерации первичных данных. После генерации вычислительных данных найдены оценки параметров функций Кобба – Дугласа. Достижимый экспорт области на 29% превышает наблюдаемый.

Ключевые слова: поквартальное оценивание, экономическая эффективность, районы Днепропетровщины, целевая структура экспорта, большие данные.

The three clusters – production leaders of Dnipropetrovshchyna are determined on the 2017–2018 data. The clusters cover less than a half of region districts. The districts-leaders do not need raw data generation. The estimates of parameters for Cobb–Douglas production functions are found upon computational data generation. The attainable export of region exceeds the observed one by 29%.

Key words: quarterly estimation, economic efficiency, Dnipropetrovshchyna districts, target export structure, big data.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Стієке економічне зростання України є актуальною, соціально та економічно значущою метою, що вимагає міждисциплінарних зусиль, насамперед засобами інформаційної ери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перевага запропонованої розробки [1–10] перед іншими полягає у динамічній високотехнологічній обробці великих обсягів нових оперативних даних, які систематично надходять із надійних джерел, та у відсутності обмежень, потрібних для застосування параметричних методів оцінювання. Подібна технологія обробки даних може застосовуватися до інших масивів відкритих даних.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. За допомогою технології [1–10] можна оцінювати шляхи економічного зростання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є оцінювання сумарного економічного зростання районів Дніпропетровщини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дніпропетровщина розташована на Українському (Азово-Подільському) кристалічному щиті. Дніпропетровська область утворена 9 лютого 1932 р. на базі Запорізької Катеринославської, Криворізької, Олександрійської, Павлоградської округ, створених 19 листопада 1917 р. Українською Народною Республікою. У 1938–1939 рр. частини території області увійшли до складу новостворених Запорізької, Миколаївської, Кіровоградської областей.

Станом на 2018 р. Дніпропетровщина складається з 22 районів і 13 міст обласного значення, для яких наявні статистичні спостереження [11–15]. Дніпропетровщина має територію 33 310 км², посідаючи за цим показником друге місце серед 27 регіонів України і випереджаючи такі відомі європейські держави, як Бельгія (30 510 км²), Албанія (28 748 км²), Північна Македонія (25 713 км²), Словенія (20 273 км²), Чорногорія (13 812 км²), Кіпр (9251 км²), Люксембург (2586 км²), Мальта (316 км²). Дніпропетровщина має населення 3,2 млн. осіб, посідаючи за цим показником друге місце серед регіонів України і випереджаючи такі європейські держави, як Албанія (2,9 млн.), Литва (2,8 млн.), Північна Македонія (2,1 млн.), Словенія (2,1 млн.), Латвія (2,0 млн.), Естонія (1,3 млн.), Кіпр (0,9 млн.), Чорногорія (0,6 млн.), Люксембург (0,6 млн.), Мальта (0,5 млн.), Ісландія (0,3 млн.). Кожна згадана держава є членом Організації Північноатлантичного договору (North Atlantic Treaty Organization, NATO; НАТО) і має значний експорт у 2017 р.: Бельгія – 309,1 млрд. дол., Словенія – 30,2 млрд. дол., Литва – 26,4 млрд. дол., Люксембург – 18,4 млрд. дол., Естонія – 14,0 млрд. дол., Латвія – 12,3 млрд. дол., Ісландія – 4,6 млрд. дол., Північна Македонія (отримала запрошення до НАТО у 2008 р., але член НАТО Греція засто-

совує своє право вето) – 4,3 млрд. дол., Кіпр – 2,9 млрд. дол., Мальта – 2,6 млрд. дол., Албанія – 1,0 млрд. дол., Чорногорія – 0,4 млрд. дол. При цьому експорт Дніпропетровщини за кордони України у 2017 р. становив 7,1 млрд. дол. (табл. 7.1).

Для зростання експорту і виробництва Дніпропетровщини потрібно планомірно збільшувати обсяги виробничих факторів – праці й капіталу. За рік від першого кварталу 2017 р. (2017:I) до 2018:I найбільше заробітна плата зросла у Васильківському районі (на 37%), а найменше – у Криничанському районі (на 11%) (табл. 1). Поквартальні значення капітальних інвестицій у районах теж виявляли істотні коливання (табл. 2). За загальною фінансово-економічною теорією, вищі мінливості й ризики супроводжуються вищими віддачами [16]. Про це зазначав видатний британський профспілковий діяч Томас Даннінг (Thomas Dunning, 1799–1873): «Капітал уникає розголосоу і чвари, вирізняючись полохливою натурою; це правда, але не вся правда. Капітал цурається неприбутковості чи дуже малої прибутковості, як Природа не терпить порожнечі [за Аристотелем (384–322 до н.е.)]. За адекватного прибутку капітал дуже сміливий. Гарантування 10 відсотків забезпечуватиме присутність капіталу скрізь; 20 відсотків надаватиме йому жвавість; 50 відсотків виявлятиме його позитивну зухвалість; за 100 відсотків капітал готовий зневажати всі людські закони; за 300 відсотків немає ні злочину, який би капітал не замишляв, ні ризику, на який би капітал не пішов, незважаючи на примарність шансів його власника. Якщо розголосо і чвара приносимуть прибуток, то капітал заохочуватиме і те й інше. Контрабанда й работоргівля розлого доводять все вищенаведене» [17]. На ці тези посилався відомий німецький економіст Карл Маркс (Karl Marx, 1818–1883).

За фактичної відсутності саморегуляції обсягів виробничих факторів через сучасні фінансові ринки та інструменти виникають питання обґрунтованості змін таких факторів. Для відповіді на ці питання треба враховувати виробництво сфери послуг (табл. 3) і промисловості (табл. 4).

У табл. 4 обчислено і курсивом виділено усереднені квартальні оцінки I_t , спостережуваних даних для м. Першотравенськ, м. Тернівка, Межівського, Павлоградського, Петропавлівського, Юр'ївського районів, а також для Софіївського району (при $t = 2017:I, 2017:II$), оскільки для них дані I_t не оприлюднювалися з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації. Вищезазначені райони формують низку районів, для яких, виходячи з даних решти районів (включаючи усереднені оцінки I_t) і агрегованих даних Дніпропетровщини, обчислено сумарну чисельність n_t наявного населення, сумарний обсяг i_t реалізованої промислової про-

дукції за період 2017_u (табл. 4), сумарний обсяг i_t реалізованої промислової (industrial) продукції за квартал t (табл. 4). Для кожного з цих районів визначаються оцінки $i_u = \frac{i_t N_t}{n_t}$, $I_t = \frac{i_t N_t}{n_t}$, виділені курсивом у табл. 4. Кроки побудови табл. 1–4 називають генерацією первинних даних.

Для генерації обчислювальних даних ефективності слід знайти квартальні значення обсягу $y_t = \frac{S_t + I_t}{N_t}$ реалізованих нефінансових послуг і реалізованої промислової продукції (yield) на душу населення, а також обсягу $k_t = \frac{C_t}{N_t}$ капітальних інвестицій на душу населення (табл. 5).

Маючи для кожного кварталу t 35 районних спостережень K_{jt} для обсягу K_t (грн.) капітальних інвестицій на душу населення, 35 районних спостережень L_{jt} для середнього обсягу L_t (грн.) праці штатного працівника, а також 35 районних спостережень Y_{jt} для обсягу Y_t (грн.) виробництва, $j = 1, \dots, 35$, можна оцінювати значення параметрів a , b , c виробничої функції Кобба–Дугласа $Y_t = (e)^c (K_t)^a (L_t)^b$, де e – основа натуральних логарифмів. Дослідження такої функції у 1928 р. запропонували Пол Дуглас (Paul Douglas, 1892–1976), сенатор США у 1949–1967 рр., і Чарльз Кобб (Charles Cobb, 1875–1949), професор коледжу Амхерст (Amherst) штату Массачусетс.

У табл. 6.1, 6.2 наведено оцінки a , b , c параметрів функції лінійної регресії $\ln Y_t = a \ln K_t + b \ln L_t + c$, знайдені за допомогою MS Excel. Якщо в кварталі t для району k має місце $\ln Y_{tk} = a \ln K_{tk} + b \ln L_{tk} + c + R_{tk}$ з додатним залишком (residual) $R_{tk} > 0$, то це означає, що цей район виробляє більший обсяг Y_{tk} продукції на душу населення, ніж це передбачається теоретично, виходячи з даних обсягів факторів виробництва K_{tk} і L_{tk} ; іншими словами, цей район виявляє економічну ефективність, вищу передбаченої. У табл. 6.1, 6.2 жирним виділено значення, вищі відповідного середнього.

За економічною ефективністю стабільними лідерами є три кластери: 1) суміжні

м. Марганець, м. Нікополь, Нікопольський і Апостолівський райони, м. Кривий Ріг, м. Жовті Води, м. Вільногірськ; 2) Петриківський, Магдалинівський, Дніпровський, Новомосковський райони, м. Кам'янське, м. Дніпро, м. Новомосковськ, м. Павлоград, м. Синельникове; 3) м. Покров на Західному Донбасі. Кожний такий район-лідер не потребував генерації первинних даних. Решта (більшість) районів Дніпропетровщини продовжує зазнавати наслідків Голодомору: за даними системи www.vstup.info, 24 з 35 районів Дніпропетровщини не мають вищих навчальних закладів (ВНЗ). Для економічної ефективності важливі інституції, якими в інформаційну еру є ВНЗ.

Кластер 1) має 39 НЗ. У м. Марганець працює коледж Національного технічного університету «Дніпровська політехніка». У м. Нікополь

працюють 8 ВНЗ (приватний економічний університет, медичний, педагогічний, гуманітарно-економічний, металургійний коледжі, технікум і факультет Національної металургійної академії України, коледж Дніпровського державного аграрно-економічного університету), але не працюють філія приватного ВНЗ «Європейський університет», інститут ПрАТ «Міжрегіональна академія управління персоналом» і коледж при ньому. У м. Кривий Ріг працюють 25 ВНЗ (Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (тимчасово евакуйований з м. Донецьк), національний і педагогічний університети, Донецький юридичний інститут МВС України (тимчасово евакуйований з м. Донецьк), економічний інститут і коледж ВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», інститут імені Петра Калнишевського ПрАТ «Міжрегіональна академія управління персоналом», металургійний інститут, коледж і технічний коледж Національної металургійної академії України, приватний «Інститут ділового адміністрування», автотранспортний, гірничий, гірничо-електромеханічний, будівельний, індустріальний, медичний, музичний коледжі, політехнічний та Інгулецький коледжі Криворізького національного університету, коледж Національного авіаційного університету, Міжрегіональний центр професійної перепідготовки звільнених у запас військовослужбовців, комерційно-економічний технікум, філія приватного ВНЗ «Європейський університет», факультет Запорізького національного університету, відокремлений підрозділ ПрАТ «Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій»), але не працюють навчальний центр Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського і навчально-консультаційний центр Національного транспортного університету. У П'ятихатському районі працюють промисловий і педагогічний коледжі (м. Жовті Води), Ерастівський коледж ім. Е.К. Бродського Дніпровського державного аграрно-економічного університету (сmt Вишневе); у Верхньодніпровському районі працюють коледж зазначеного університету (м. Верхньодніпровськ) і коледж Національної металургійної академії України (м. Вільногірськ).

Кластер 2 має 68 ВНЗ. У Дніпровському районі працює професійне училище (с. Олександрівка). У м. Кам'янське працюють 8 ВНЗ (технічний університет, економічний, індустріальний, медичний, музичний коледжі, коледж фізичного виховання, професійне училище, енергетичний технікум), але не працює інститут економіки та менеджменту імені Северина Наливайка ПрАТ «Міжрегіональна академія управління персоналом». У м. Дніпро працюють 53 ВНЗ (9 університетів, 5 академій, 4 інститути, 24 коледжі, 6 технікумів, 5 відокремлених підрозділів), але не працюють 4 ВНЗ (інститут, коледж, 2 відокремлені

підрозділи). У м. Новомосковськ працюють 3 ВНЗ (коледжі Дніпровського державного аграрно-економічного університету і Національної металургійної академії України, кооперативний коледж економіки та права імені С.В.Литвиненка Дніпропетровської облспоживспілки), але не працює центр дистанційно-заочного навчання ВНЗ імені М.Є.Жуковського «Харківський авіаційний інститут». У м. Павлоград працюють 3 ВНЗ (Західнодонбаський інститут ПрАТ «Міжрегіональна

академія управління персоналом», медичний коледж і коледж Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»).

Кластер 3 має ВНЗ – педагогічний коледж, не зазначений www.vstup.info.

За суттєвих коефіцієнтів детермінації вплив (на $\ln Y_t$) фактора праці (який є визначенням параметра b) є значно більшим, ніж вплив фактора капіталу (який вимірюється значенням параметра a).

Таблиця 1

Середньомісячна нарахована заробітна плата (wage) W_t (грн.) штатних працівників й обсяг праці (labor) $L_t = 3W_t$ (грн.) у кварталі t [11–15]

Район/Період	Середньомісячна зарплата W_t					Обсяг праці L_t				
	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I
м. Дніпро	6141	6747	7106	7657	7935	18423	20241	21318	22971	23805
м. Вільногірськ	5403	6020	5989	6681	6630	16209	18060	17967	20043	19890
м. Жовті Води	5493	5844	6192	6733	7502	16479	17532	18576	20199	22506
м. Кам'янське	5692	5593	6310	7083	7322	17076	16779	18930	21249	21966
м. Кривий Ріг	6709	7411	7795	8304	8982	20127	22233	23385	24912	26946
м. Марганець	5100	5798	6304	6506	6525	15300	17394	18912	19518	19575
м. Нікополь	6377	6829	7560	7803	8187	19131	20487	22680	23409	24561
м. Новомосковськ	4819	5453	5677	6163	5917	14457	16359	17031	18489	17751
м. Павлоград	5552	6438	6782	7087	7469	16656	19314	20346	21261	22407
м. Першотравенськ	4949	5607	5624	6043	6261	14847	16821	16872	18129	18783
м. Покров	5564	6159	7003	6812	7170	16692	18477	21009	20436	21510
м. Синельникове	5517	6460	6537	7126	7127	16551	19380	19611	21378	21381
м. Тернівка	8811	10644	10113	11285	11549	26433	31932	30339	33855	34647
Апостолівський	5702	6350	6583	6995	7201	17106	19050	19749	20985	21603
Васильківський	4195	4612	4603	5248	5745	12585	13836	13809	15744	17235
Верхньодніпровський	5542	5964	6412	6587	6892	16626	17892	19236	19761	20676
Дніпровський	6086	6946	7579	8135	8333	18258	20838	22737	24405	24999
Криворізький	5079	5298	5428	5764	5964	15237	15894	16284	17292	17892
Криничанський	5690	5708	6949	6072	6295	17070	17124	20847	18216	18885
Магдалинівський	4702	5074	5280	5784	6354	14106	15222	15840	17352	19062
Межівський	4399	5352	5938	5201	4929	13197	16056	17814	15603	14787
Нікопольський	4965	5720	6174	6906	6401	14895	17160	18522	20718	19203
Новомосковський	5261	5770	6300	6766	6175	15783	17310	18900	20298	18525
Павлоградський	9234	11281	11375	12210	12463	27702	33843	34125	36630	37389
Петриківський	5767	7094	8171	7804	6901	17301	21282	24513	23412	20703
Петропавлівський	8891	10603	11013	11065	11459	26673	31809	33039	33195	34377
Покровський	4796	4818	5449	5733	5992	14388	14454	16347	17199	17976
П'ятихатський	4851	5589	5473	5646	6390	14553	16767	16419	16938	19170
Синельниківський	4585	5031	5189	5591	6058	13755	15093	15567	16773	18174
Солонянський	5000	5470	6135	6145	5910	15000	16410	18405	18435	17730
Софіївський	4190	5086	5346	5308	5386	12570	15258	16038	15924	16158
Томаківський	4171	4593	4936	5258	5405	12513	13779	14808	15774	16215
Царичанський	4953	5494	5900	6550	6139	14859	16482	17700	19650	18417
Широківський	4912	5947	6633	6334	5758	14736	17841	19899	19002	17274
Юр'ївський	4307	4973	5545	5479	5100	12921	14919	16635	16437	15300

Таблиця 2

Освоєно (використано) капітальних інвестицій $C_u = \sum_{t=1}^u C_t$ (тис. грн.)
за період 2017_ u перших $u = I, II, III, IV$ кварталів року [11–15] й обсяг C_t (тис. грн.)
капітальних (capital) інвестицій за квартал t

Район/Період	Освоєно інвестицій C_u за період				Капітальні інвестиції C_t			
	2017:I	2017_II	2017_III	2017_IV	2018:I	2017:II	2017:III	2017:IV
м. Дніпро	2762631	6239242	9378763	14033132	2782129	3476611	3139521	4654369
м. Вільногірськ	49760	90330	127252	173703	59705	40570	36922	46451
м. Жовті Води	23158	65344	126588	169297	33789	42186	61244	42709
м. Кам'янське	141087	239314	377194	635035	139381	98227	137880	257841
м. Кривий Ріг	1843162	4457250	7990356	13990126	3021529	2614088	3533106	5999770
м. Марганець	17474	38077	77973	107868	10860	20603	39896	29895
м. Нікополь	71050	137468	277859	451439	146390	66418	140391	173580
м. Новомосковськ	15034	48073	149364	179985	14071	33039	101291	30621
м. Павлоград	676625	1318756	2420688	3757857	809696	642131	1101932	1337169
м. Першотравенськ	3820	16085	21232	37601	1359	12265	5147	16369
м. Покров	1819	29560	84730	119797	70632	27741	55170	35067
м. Синельникове	8080	16937	26902	41449	918	8857	9965	14547
м. Тернівка	2121	7234	10440	18052	816	5113	3206	7612
Апостолівський	15591	34290	55234	87867	4927	18699	20944	32633
Васильківський	42207	110250	179528	244670	33364	68043	69278	65142
Верхньодніпровський	106892	237807	350297	455237	88904	130915	112490	104940
Дніпровський	445403	861826	1195872	1915694	480688	416423	334046	719822
Криворізький	39793	121778	206111	268054	69941	81985	84333	61943
Криничанський	44821	133889	247859	355009	32949	89068	113970	107150
Магдалинівський	81673	130985	158974	198500	44955	49312	27989	39526
Межівський	5374	37929	64636	124588	8127	32555	26707	59952
Нікопольський	52192	145840	248854	351176	79073	93648	103014	102322
Новомосковський	85166	245924	309664	458821	43756	160758	63740	149157
Павлоградський	57375	110067	179452	238268	10147	52692	69385	58816
Петриківський	20904	52485	95608	146736	46052	31581	43123	51128
Петропавлівський	54244	101654	128464	153064	17123	47410	26810	24600
Покровський	49132	91434	167771	223153	9500	42302	76337	55382
П'ятихатський	16136	37920	66646	92773	21469	21784	28726	26127
Синельниківський	42377	89535	157971	198051	45514	47158	68436	40080
Солонянський	45756	112456	141650	235406	26552	66700	29194	93756
Софіївський	9165	35416	59071	75112	14183	26251	23655	16041
Томаківський	26556	71325	131721	197295	46289	44769	60396	65574
Царичанський	25876	58732	83426	154716	22299	32856	24694	71290
Широківський	50695	112763	154612	214042	21710	62068	41849	59430
Юр'ївський	35832	63873	139954	170858	13658	28041	76081	30904

Вплив решти факторів (який вимірюється значенням параметра c) є негативним. Сумарна віддача ($a+b$) перевищує 1, що свід-

чить про збільшувану віддачу від масштабу, особливо від масштабу праці Дніпропетровщини.

Таблиця 3

Чисельність N_t (осіб) наявного населення на кінець кварталу t й обсяг S_t (тис. грн.)
реалізованих нефінансових послуг (services) у кварталі t [11–15]

Район/Період	Наявне населення N_t					Обсяг S_t нефінансових послуг				
	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I
м. Дніпро	976867	1002627	1004105	1002944	1001092	7781089	8338972	8564565	9953384	9803086
м. Вільногірськ	23446	23338	23295	23235	23202	7891	8429	8642	8726	8304
м. Жовті Води	46192	45978	45705	45518	45428	28587	37224	40323	45401	37688
м. Кам'янське	243557	242759	242301	241990	241450	213381	271203	282653	280865	261954
м. Кривий Ріг	637410	635093	633558	632422	630930	1043371	1109139	1164935	1333427	1290007
м. Марганець	48605	48365	48276	48139	48012	14392	1284 4	16480	27414	6633
м. Нікополь	113496	112886	112343	112102	111739	69341	96261	113076	119514	111272
м. Новомосковськ	70975	70737	70726	70749	70675	59437	54748	49919	68207	89555
м. Павлоград	107506	106959	106453	106184	105990	75608	87689	102985	131173	123079
м. Першотравенськ	28635	28488	28449	28363	28346	14826	16815	22024	18339	16091
м. Покров	41676	41475	41305	41195	41089	9360	8862	7700	7299	7297
м. Синельникове	31012	30867	30744	30724	30674	10858	10255	20063	23983	17622
м. Тернівка	28625	28469	28431	28315	28243	7355	3437	3409	3524	4073
Апостолівський	55053	54808	54540	54324	54195	14514	13826	18458	21071	11725
Васильківський	32205	32012	32025	31920	31819	5987	4004	3936	4282	6789
Верхньодніпровський	53087	52946	52951	52858	52709	34479	66685	68362	74149	39436
Дніпровський	84327	84106	84071	84033	83996	972652	1113539	1210017	1305056	1386025
Криворізький	45183	45136	45196	45089	44979	25124	29768	27579	40075	37811
Криничанський	35213	35141	35128	34976	34898	10144	8568	10252	12077	7041
Магдалинівський	33716	33680	33614	33622	33535	1319	1714	1672	1537	1491
Межівський	23651	23452	23331	23255	23200	264	384	303	394	436
Нікопольський	40309	40250	40220	40055	39933	8262	7113	8574	9467	10697
Новомосковський	73704	73459	73383	73224	73076	18575	24566	42721	30018	25607
Павлоградський	27447	27291	27312	27252	27222	1699	2546	4578	6432	18664
Петриківський	25333	25254	25163	25110	25081	3342	4177	3998	4332	4311
Петропавлівський	26178	26076	25984	25921	25824	2390	2440	7370	5001	2282
Покровський	34432	34332	34310	34220	34095	2695	2810	5372	4528	2843
П'ятихатський	44762	44671	44705	44575	44508	9420	12448	12699	11498	9057
Синельниківський	37951	37804	37775	37640	37574	2225	3257	11651	11077	12240
Солонянський	38462	38502	38445	38344	38271	11646	8053	43010	61610	20890
Софіївський	21726	21607	21624	21539	21453	1582	1465	3183	3111	1623
Томаківський	24916	24776	24706	24658	24551	9822	7671	11363	17683	7369
Царичанський	26988	26920	26865	26763	26670	3281	7729	13189	10241	4044
Широківський	26981	26899	26983	26880	26780	28990	100718	60904	31318	6822
Юр'ївський	13115	13070	13046	13002	12975	11775	6509	15690	6578	3646

Таблиця 4

Обсяг $I_u = \sum_{t=1}^u I_t$ (тис. грн.) реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу за період 2017_у перших $u = I, II, III, IV$ кварталів року [11–15] й обсяг I_t (тис. грн.) реалізованої промислової продукції за квартал t

Район/Період	Обсяг промислової продукції I_u				Обсяг промислової продукції I_t			
	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I	2017:II	2017:III	2017:IV
м. Дніпро	28723895	54396019	82505394	115211134	33843957	25672124	28109375	32705740
м. Вільногірськ	523193	1325725	2432302	3387748	829375	802532	1106577	955446
м. Жовті Води	826334	2088823	3153378	4347328	402536	1262489	1064555	1193950
м. Кам'янське	9139621	15786646	25476165	40276277	16679167	6647024	9689519	14800112
м. Кривий Ріг	41898596	78085040	117096341	159465219	42978371	36186444	39011301	42368878
м. Марганець	793408	2404497	2865936	4047734	1211257	1611090	461439	1181798
м. Нікополь	7376339	14550522	22668318	31293610	8928542	7174183	8117795	8625293
м. Новомосковськ	556918	1260341	1945434	2629791	849284	703423	685093	684357
м. Павлоград	5175015	11320515	17415878	24964009	7655354	6145499	6095364	7548130
м. Першотравенськ	43398	85549	131487	196909	66401	42151	45938	65421
м. Покров	583162	1457448	2380239	4243379	1531035	874286	922790	1863141
м. Синельникове	224089	499324	804210	1125127	277052	275235	304886	320917
м. Тернівка	43383	85492	131404	196575	66159	42109	45912	65171
Апостолівський	1312390	1413737	2121005	3750890	1227526	101347	707268	1629885
Васильківський	43107	90092	133891	183880	35534	46985	43799	49989
Верхньодніпровський	377934	736059	1138269	1557126	375971	358125	402210	418858
Дніпровський	1946329	4306788	6943368	9590994	2268369	2360459	2636580	2647626
Криворізький	113342	233300	390246	561105	158667	119958	156947	170859
Криничанський	69450	138259	218417	300889	71569	68810	80158	82472
Магдалинівський	433503	887657	1418503	2003010	698736	454153	530847	584506
Межівський	35845	70426	107833	161447	54346	34581	37406	53614
Нікопольський	382879	855947	1381418	1907794	508960	473069	525471	526377
Новомосковський	597520	1071159	1623498	2154673	493203	473638	552340	531174
Павлоградський	41598	81955	126232	189196	63768	40357	44278	62963
Петриківський	580517	1189924	1756811	2385245	695093	609407	566887	628434
Петропавлівський	39675	78306	120094	179955	60493	38631	41788	59861
Покровський	71996	144620	219468	270355	42460	72624	74848	50887
П'ятихатський	18869	34759	51199	72195	22948	15889	16440	20996
Синельниківський	24598	51040	92332	131551	57108	26442	41291	39219
Солонянський	158153	331265	524685	645243	163623	173112	193420	120558
Софіївський	2263	4526	6789	11931	6523	2263	2263	5142
Томаківський	32838	70267	120709	169091	63111	37429	50441	48382
Царичанський	13757	29850	54089	70255	12063	16093	24240	16166
Широківський	4340	5498	10047	10956	4340	1158	4550	909
Юр'ївський	19877	39249	60297	90266	30394	19372	21048	29969
Дніпропетровщина	102228132	195210623	297618896	417770955	122426769			
Ряд районів	223775	440978	677347	1014347	341560			

Покращенню ролі капіталу та решти виробничих факторів сприятиме всебічний розвиток фінансово-економічних послуг і ринків

[16], інтегрованих за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у світовий ринок.

Таблиця 5

Обсяг Y_t (грн.) реалізованих нефінансових послуг і реалізованої промислової продукції на душу (наявного) населення, обсяг K_t (грн.) капітальних інвестицій на душу населення за квартал t

Район/Період	Обсяг Y_t на душу населення					Обсяг K_t на душу населення				
	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I	2017:I	2017:II	2017:III	2017:IV	2018:I
м. Дніпро	37369	62571	90698	124797	43599	2848	3468	3127	4641	2779
м. Вільногірськ	22651	57167	104784	146179	36104	2546	1738	1585	1999	2573
м. Жовті Води	18508	46241	69876	96505	9691	731	918	1340	938	744
м. Кам'янське	38402	66147	106309	167598	70164	572	405	569	1066	577
м. Кривий Ріг	67369	124697	186662	254258	70164	4740	4116	5577	9487	4789
м. Марганець	16620	49981	59707	84654	25366	223	426	826	621	226
м. Нікополь	65603	129748	202784	280219	80901	1290	588	1250	1548	1310
м. Новомосковськ	8684	18591	28212	38135	13284	198	467	1432	433	199
м. Павлоград	48840	106660	164569	236337	73388	7532	6004	10351	12593	7639
м. Першотравенськ	2033	3593	5396	7589	2910	47	431	181	577	48
м. Покров	14217	35354	57812	103184	37439	1695	669	1336	851	1719
м. Синельникове	7576	16509	26811	37401	9607	30	287	324	473	30
м. Тернівка	1773	3124	4742	7067	2487	29	180	113	269	29
Апостолівський	24102	26047	39227	69435	22867	89	341	384	601	91
Васильківський	1524	2939	4304	5895	1330	1036	2126	2163	2041	1049
Верхньодніпровський	7769	15162	22788	30861	7881	1675	2473	2124	1985	1687
Дніпровський	34615	64446	96982	129664	43507	5700	4951	3973	8566	5723
Криворізький	3065	5828	9245	13333	4368	1548	1816	1866	1374	1555
Криничанський	2260	4178	6510	8948	2253	936	2535	3244	3064	944
Магдалинівський	12897	26406	42250	59620	20880	1333	1464	833	1176	1341
Межівський	1527	3019	4635	6959	2361	344	1388	1145	2578	350
Нікопольський	9704	21442	34560	47866	13013	1962	2327	2561	2555	1980
Новомосковський	8359	14916	22706	29836	7100	594	2188	869	2037	599
Павлоградський	1577	3096	4789	7178	3028	370	1931	2540	2158	373
Петриківський	23047	47284	69976	95164	27886	1818	1251	1714	2036	1836
Петропавлівський	1607	3097	4906	7135	2431	654	1818	1032	949	663
Покровський	2169	4294	6553	8033	1329	276	1232	2225	1618	279
П'ятихатський	632	1057	1429	1878	719	480	488	643	586	482
Синельниківський	707	1436	2753	3789	1846	1199	1247	1812	1065	1211
Солонянський	4415	8813	14766	18435	4821	690	1732	759	2445	694
Софіївський	177	277	461	698	380	653	1215	1094	745	661
Томаківський	1712	3146	5346	7575	2871	1858	1807	2445	2659	1885
Царичанський	631	1396	2504	3008	604	826	1221	919	2664	836
Широківський	1235	3949	2629	1573	1235	805	2307	1551	2211	811
Юр'ївський	2413	3501	5825	7448	2623	1041	2145	5832	2377	1053

Таблиця 6.1

Значення оцінок параметрів a , b , c функції Кобба – Дугласа $Y_t = (e)^c (K_t)^a (L_t)^b$ та їхніх похибок, залишків R_y регресії, множинного коефіцієнта детермінації R^2 для кварталу t

Район/Період	lnK	lnL	lnY	R	lnK	lnL	lnY	R
	2017:I				2017:II			
м. Дніпро	7,95	9,82	10,53	1,03	8,15	9,92	11,04	1,39
м. Вільногірськ	7,84	9,69	10,03	0,89	7,46	9,80	10,95	1,59
м. Жовті Води	6,60	9,71	9,83	1,16	6,82	9,77	10,74	1,56
м. Кам'янське	6,35	9,75	10,56	1,91	6,00	9,73	11,10	2,15
м. Кривий Ріг	8,46	9,91	11,12	1,19	8,32	10,01	11,73	1,92
м. Марганець	5,41	9,64	9,72	1,73	6,05	9,76	10,82	1,81
м. Нікополь	7,16	9,86	11,09	1,83	6,38	9,93	11,77	2,49
м. Новомосковськ	5,29	9,58	9,07	1,27	6,15	9,70	9,83	0,88
м. Павлоград	8,93	9,72	10,80	1,13	8,70	9,87	11,58	1,87
м. Першотравенськ	3,86	9,61	7,62	0,35	6,07	9,73	8,19	-0,78
м. Покров	7,44	9,72	9,56	0,52	6,51	9,82	10,47	1,29
м. Синельникове	3,39	9,71	8,93	1,60	5,66	9,87	9,71	0,65
м. Тернівка	3,35	10,18	7,48	-0,96	5,19	10,37	8,05	-1,55
Апостолівський	4,49	9,75	10,09	2,22	5,83	9,85	10,17	1,09
Васильківський	6,94	9,44	7,33	-0,83	7,66	9,54	7,99	-1,08
Верхньодніпровський	7,42	9,72	8,96	-0,07	7,81	9,79	9,63	0,20
Дніпровський	8,65	9,81	10,45	0,69	8,51	9,94	11,07	1,31
Криворізький	7,34	9,63	8,03	-0,76	7,50	9,67	8,67	-0,54
Криничанський	6,84	9,75	7,72	-1,13	7,84	9,75	8,34	-1,03
Магдалинівський	7,20	9,55	9,46	0,93	7,29	9,63	10,18	1,08
Межівський	5,84	9,49	7,33	-0,48	7,24	9,68	8,01	-1,15
Нікопольський	7,58	9,61	9,18	0,35	7,75	9,75	9,97	0,62
Новомосковський	6,39	9,67	9,03	0,56	7,69	9,76	9,61	0,26
Павлоградський	5,91	10,23	7,36	-2,26	7,57	10,43	8,04	-2,14
Петриківський	7,51	9,76	10,05	0,89	7,13	9,97	10,76	1,27
Петропавлівський	6,48	10,19	7,38	-2,39	7,51	10,37	8,04	-2,05
Покровський	5,62	9,57	7,68	-0,25	7,12	9,58	8,37	-0,64
П'ятихатський	6,17	9,59	6,45	-1,74	6,19	9,73	6,96	-2,03
Синельниківський	7,09	9,53	6,56	-1,87	7,13	9,62	7,27	-1,79
Солонянський	6,54	9,62	8,39	-0,02	7,46	9,71	9,08	-0,15
Софіївський	6,48	9,44	5,18	-2,79	7,10	9,63	5,62	-3,44
Томаківський	7,53	9,43	7,45	-0,94	7,50	9,53	8,05	-0,97
Царичанський	6,72	9,61	6,45	-2,02	7,11	9,71	7,24	-1,93
Широківський	6,69	9,60	7,12	-1,31	7,74	9,79	8,28	-1,12
Юр'ївський	6,95	9,47	7,79	-0,43	7,67	9,61	8,16	-1,00
Середнє	6,58	9,70	8,62	0,00	7,14	9,81	9,30	0,00
Параметр	a	b	c	R^2	a	b	c	R^2
Оцінка	0,42	2,41	-17,46	0,45	0,21	1,27	-4,72	0,20
Похибка	0,18	1,24	12,21		0,32	1,26	12,71	

Таблиця 6.2

Значення оцінок параметрів a , b , c функції Кобба – Дугласа $Y_t = (e)^c (K_t)^a (L_t)^b$ та їхніх похибок, залишків R_t регресії, множинного коефіцієнта детермінації R^2 для кварталу t

Район/Період	lnK	lnL	lnY	R	lnK	lnL	lnY	R	lnK	lnL	lnY	R
	2017:III				2017:IV				2018:I			
м. Дніпро	8,05	9,97	11,42	1,20	8,44	10,04	11,73	0,87	7,93	10,08	10,68	0,89
м. Вільногірськ	7,37	9,80	11,56	1,91	7,60	9,91	11,89	1,76	7,85	9,90	10,49	1,17
м. Жовті Води	7,20	9,83	11,15	1,51	6,84	9,91	11,48	1,72	6,61	10,02	9,18	0,08
м. Кам'янське	6,34	9,85	11,57	2,25	6,97	9,96	12,03	2,10	6,36	10,00	11,16	2,23
м. Кривий Ріг	8,63	10,06	12,14	1,53	9,16	10,12	12,45	1,03	8,47	10,20	11,16	0,84
м. Марганець	6,72	9,85	11,00	1,52	6,43	9,88	11,35	1,88	5,42	9,88	10,14	1,88
м. Нікополь	7,13	10,03	12,22	2,26	7,34	10,06	12,54	2,20	7,18	10,11	11,30	1,75
м. Новомосковськ	7,27	9,74	10,25	0,73	6,07	9,82	10,55	1,38	5,29	9,78	9,49	1,53
м. Павлоград	9,24	9,92	12,01	1,39	9,44	9,96	12,37	1,16	8,94	10,02	11,20	1,13
м. Першотравенськ	5,20	9,73	8,59	-0,07	6,36	9,81	8,93	-0,34	3,87	9,84	7,98	0,47
м. Покров	7,20	9,95	10,96	1,11	6,75	9,93	11,54	1,81	7,45	9,98	10,53	1,19
м. Синельникове	5,78	9,88	10,20	1,04	6,16	9,97	10,53	1,00	3,40	9,97	9,17	1,55
м. Тернівка	4,73	10,32	8,46	-1,02	5,59	10,43	8,86	-1,38	3,36	10,45	7,82	-0,95
Апостолівський	5,95	9,89	10,58	1,34	6,40	9,95	11,15	1,54	4,51	9,98	10,04	1,93
Васильківський	7,68	9,53	8,37	-0,96	7,62	9,66	8,68	-0,93	6,96	9,75	7,19	-1,41
Верхньодніпровський	7,66	9,86	10,03	0,15	7,59	9,89	10,34	0,24	7,43	9,94	8,97	-0,27
Дніпровський	8,29	10,03	11,48	1,06	9,06	10,10	11,77	0,46	8,65	10,13	10,68	0,47
Криворізький	7,53	9,70	9,13	-0,42	7,23	9,76	9,50	-0,12	7,35	9,79	8,38	-0,47
Криничанський	8,08	9,94	8,78	-1,42	8,03	9,81	9,10	-1,05	6,85	9,85	7,72	-1,06
Магдалинівський	6,72	9,67	10,65	1,48	7,07	9,76	11,00	1,45	7,20	9,86	9,95	1,00
Межівський	7,04	9,79	8,44	-1,06	7,85	9,66	8,85	-0,87	5,86	9,60	7,77	0,00
Нікопольський	7,85	9,83	10,45	0,55	7,85	9,94	10,78	0,44	7,59	9,86	9,47	0,35
Новомосковський	6,77	9,85	10,03	0,53	7,62	9,92	10,30	0,13	6,39	9,83	8,87	0,33
Павлоградський	7,84	10,44	8,47	-2,47	7,68	10,51	8,88	-2,61	5,92	10,53	8,02	-2,02
Петриківський	7,45	10,11	11,16	0,94	7,62	10,06	11,46	0,98	7,52	9,94	10,24	0,96
Петропавлівський	6,94	10,41	8,50	-2,03	6,86	10,41	8,87	-1,98	6,50	10,45	7,80	-2,28
Покровський	7,71	9,70	8,79	-0,84	7,39	9,75	8,99	-0,70	5,63	9,80	7,19	-0,95
П'ятихатський	6,47	9,71	7,26	-1,87	6,37	9,74	7,54	-1,59	6,18	9,86	6,58	-1,95
Синельниківський	7,50	9,65	7,92	-1,54	6,97	9,73	8,24	-1,18	7,10	9,81	7,52	-1,27
Солонянський	6,63	9,82	9,60	0,20	7,80	9,82	9,82	-0,23	6,54	9,78	8,48	-0,01
Софіївський	7,00	9,68	6,13	-3,17	6,61	9,68	6,55	-2,57	6,49	9,69	5,94	-2,31
Томаківський	7,80	9,60	8,58	-0,91	7,89	9,67	8,93	-0,82	7,54	9,69	7,96	-0,74
Царичанський	6,82	9,78	7,83	-1,58	7,89	9,89	8,01	-2,23	6,73	9,82	6,40	-2,26
Широківський	7,35	9,90	7,87	-1,94	7,70	9,85	7,36	-2,71	6,70	9,76	7,12	-1,38
Юр'ївський	8,67	9,72	8,67	-1,38	7,77	9,71	8,92	-0,87	6,96	9,64	7,87	-0,44
Середнє	7,22	9,87	9,72	0,00	7,37	9,92	10,04	0,00	6,59	9,93	8,87	0,00
Параметр	a	b	c	R^2	a	b	c	R^2	a	b	c	R^2
Оцінка	0,40	1,71	-10,12	0,32	0,52	2,18	-15,44	0,40	0,42	2,41	-17,89	0,48
Похибка	0,28	1,27	12,78		0,30	1,25	12,56		0,18	1,09	11,00	

Таблиця 7.1

Експорт $E_{um} = \sum_{t=1}^u E_{tm}$ і максимальний квартальний експорт M_m (тис. дол.) Дніпропетровщини за групами $m = 0, \dots, 99$ за період 2017_у перших $u = I, II, III, IV$ кварталів року [11–15], світовий експорт W_m (млрд. дол.) за 2017 р. [18]

	Сумарний експорт E_{um}				Квартальний експорт E_{tm}				M_m	$4 M_m$	W_m
m/Т	2017:I	2017_II	2017_III	2017_IV	2018:I	2017:II	2017:III	2017:IV	Квартал	Рік	2017
0	1721518	3481319	5154088	7052893	966596	1759801	1672769	1898805	1898805	7595220	17581
85	6626	12101	19848	32464	7675	5475	7747	12616	12616	50464	2566
84	17558	35104	51472	83802	20183	17546	16368	32330	32330	129318	2082
27	73887	121353	181614	239718	88889	47466	60261	58104	88889	355555	1954
87	1753	3925	5451	6649	1561	2173	1525	1199	2173	8691	1440
71		11	38	58	318		27	20	318	1272	636
39	8654	19409	31416	41764	8951	10755	12006	10348	12006	48025	595
90	318	943	1931	10088	626	624	988	8157	8157	32628	577
30	88	96	171	174	118	8	75	3	118	473	534
29	1261	2696	3068	3418	1168	1435	372	350	1435	5741	381
72	808718	1515639	2290506	3267613	988829	706921	774867	977107	988829	3955314	372
88									1	4	327
99	79	135	277	360	45	56	141	83	141	565	321
73	127105	249657	392040	558195	159647	122553	142383	166155	166155	664618	283
26	413710	910060	1281328	1636661	440804	496350	371268	355333	496350	1985400	259
94	6268	11599	18163	25030	5924	5331	6564	6867	6867	27469	243
62	4917	9215	14537	19132	5049	4298	5322	4594	5322	21288	228
61	3103	6554	11140	15000	3431	3452	4585	3861	4585	18341	226
38	1271	2697	4667	6387	1331	1427	1970	1720	1970	7879	189
40	1724	3405	5363	6720	1652	1682	1958	1357	1958	7832	185
76	363	730	1235	1558	528	367	505	324	528	2112	177
48	12000	30388	52032	69109	13354	18388	21645	17077	21645	86578	162
74	1261	3505	6103	7788	1316	2244	2598	1685	2598	10390	147
64	88	376	1554	2240	366	288	1178	686	1178	4712	144
44	4701	9652	13831	17271	5456	4952	4179	3440	5456	21822	136
89	792	2065	2813	3360	1349	1273	747	547	1349	5394	135
33	1333	3256	5018	6319	1534	1923	1762	1301	1923	7692	128
2	2685	6981	9251	11693	5043	4296	2270	2443	5043	20171	125
3	19	35	125	256	17	16	89	131	131	526	119
95	615	1208	1847	2818	797	592	640	971	971	3884	116
8	854	2155	7943	10378	448	1301	5788	2435	5788	23152	116
22	715	1841	3229	4437	1078	1126	1388	1209	1388	5551	115
28	1917	40766	72177	138868	2579	38849	31411	66691	66691	266766	112
10	7620	20643	52231	64140	12976	13023	31588	11909	31588	126352	103
15	78619	207447	242923	283204	71141	128828	35477	40281	128828	515311	99
12	3322	9909	17244	22974	1857	6587	7335	5730	7335	29340	98
4	4493	6577	10941	14820	3679	2084	4365	3879	4493	17971	85
32	1053	2495	4151	5481	875	1442	1656	1330	1656	6623	80

Таблиця 7.2

Експорт $E_{um} = \sum_{t=I}^u E_{tm}$ і максимальний квартальний експорт M_m (тис. дол.) Дніпропетровщини за групами $m = 1, \dots, 99$ за період 2017_у перших $u = I, II, III, IV$ кварталів року [11–15], світовий експорт W_m (млрд. дол.) за 2017 р. [18]

	Сумарний експорт E_{um}				Квартальний експорт E_{tm}				M_m	$4 M_m$	W_m
m/Т	2017:I	2017_II	2017_III	2017_IV	2018:I	2017:II	2017:III	2017:IV	Квартал	Рік	2017
42	127	174	665	770	126	47	491	105	491	1965	78
7	100	443	829	1420	137	343	386	591	591	2364	72
70	1723	4450	8640	10993	2421	2727	4190	2353	4190	16760	72
19	2255	5947	9836	13205	3154	3692	3889	3369	3889	15558	71
23	22871	39403	44543	49041	5193	16532	5140	4498	22871	91484	70
21	2081	5182	7762	8970	2118	3101	2580	1208	3101	12403	69
83	1979	6418	12365	16463	3306	4439	5947	4098	5947	23788	67
82	390	1000	1643	2399	867	610	643	757	867	3466	65
63	316	699	1038	1425	252	383	339	387	387	1550	63
20	1367	3218	5190	6942	1716	1851	1972	1752	1972	7889	62
34	916	2098	3343	4353	1204	1182	1245	1011	1245	4979	59
52	8	24	29	38	27	15	5	9	27	109	56
69	3320	10012	16801	23206	4055	6691	6789	6405	6789	27158	53
9	90	317	457	681	7	228	140	224	228	910	52
96	79	135	277	360	45	56	141	83	141	565	51
68	524	1591	2532	3839	1093	1067	942	1307	1307	5226	51
31	14470	31672	44525	55485	15732	17202	12853	10960	17202	68807	51
91	6	16	23	27	4	10	7	4	10	39	50
18	1654	2817	4967	7678	2155	1164	2149	2712	2712	10846	49
16	147	387	579	949	317	240	192	370	370	1480	49
47											48
17	358	729	1277	1798	432	371	548	521	548	2191	48
54	3	5	11	14	2	2	6	2	6	24	47
25	1420	2651	4302	5790	838	1231	1651	1489	1651	6605	42
24	35	86	170	212	43	50	85	41	85	339	42
86	47688	75132	118513	156515	49234	27444	43381	38002	49234	196936	37
49	107	183	261	345	141	77	78	85	141	563	37
55	33	150	237	293	77	117	87	56	117	469	36
60	0	0	0	1		0	0	1	1	3	35
35	199	430	838	1106	230	231	408	269	408	1632	29
97			2	2		0	2	0	2	7	28
41											26
59	12	18	37	52	39	6	19	15	39	157	25
56	137	293	493	754	327	157	200	261	327	1308	25
1	204	410	1400	2744	868	207	989	1345	1345	5380	22
6	4	6	8	13	2	2	2	5	5	18	21
75	188	1352	1807	2376	1646	1164	455	569	1646	6584	20
81	10169	14712	20584	24642	4272	4543	5872	4058	10169	40675	20

Таблиця 7.3

Експорт $E_{um} = \sum_{t=1}^u E_{tm}$ і максимальний квартальний експорт M_m (тис. дол.) Дніпропетровщини за групами $m = 1, \dots, 99$ за період 2017_у перших $u = I, II, III, IV$ кварталів року [11–15], світовий експорт W_m (млрд. дол.) за 2017 р. [18]

	Сумарний експорт E_{um}				Квартальний експорт E_{tm}				M_m	$4M_m$	W_m
m/T	2017:I	2017_II	2017_III	2017_IV	2018:I	2017:II	2017:III	2017:IV	Квартал	Рік	2017
79					5				5	20	19
11	3855	7433	10100	12208	2280	3578	2667	2108	3855	15420	18
57	0	0	7	7		0	7	0	7	26	15
93											15
37		2	2	2		2	0	0	2	7	15
51		5	5	5		5	0	0	5	18	13
58	237	427	670	939	310	190	243	269	310	1240	12
5	39	101	139	166		62	38	28	62	247	10
65	0	0	6	17	1	0	5	12	12	47	9
43	4	330	330	2513	762	326	0	2183	2183	8732	9
78	2498	6057	8956	10886	440	3559	2899	1930	3559	14235	9
67	0	0	0	1		0	0	1	1	4	8
13	17	36	63	86	26	19	27	24	27	107	7
92											6
80											6
36	16	31	56	56	1	15	25	0	25	101	4
53	1	1	1	1		0	0	0	1	4	4
66		1	4	9		1	4	4	4	17	3
46				0	0			0	0	0	2
50									0	0	2
45	7	13	13	61	76	7	0	47	76	304	2
14	12	39	87	122	18	28	48	35	48	190	1
M										9076184	

За даними Міжнародного центру торгівлі [18], загальний світовий експорт істотно знижувався за основними групами товарів (відповідно до класифікації Гармонізованої системи [19]), починаючи з 2014 р. У табл. 7.1, 7.2, 7.3 наведено значення W_m світового (world) експорту для кожної групи m товарів, а групи впорядковані за рівнем експорту 2017 р., де групі 0 відповідає сумарний експорт $\sum_{m=1}^{99} W_m$. Квартальний експорт (export) E_{tm} Дніпропетровщини виявляє високу мінливість. Оскільки максимальний експорт $M_m = \max_t E_{tm}$ є досяжним, то досяжним є річний експорт $4M_m$ групи m і сумарний річний експорт $M = 4 \sum_{m=1}^{99} M_m = 9,1$ млрд. дол, що на 2 млрд. дол (29%) перевищує експорт $E_{iv0} = \sum_{m=1}^{99} E_{ivm}$ Дніпропетровщини у 2017 р. (період $T = 2017\_IV$) і задає досяжну структуру експорту. Дніпропетровщина може збільшувати експорт за товарними групами, для яких її досяжний експорт за 2017 р. становив менше 10 млн. дол.: 88 (літальні апарати, космічні апарати та їх частини), 60 (трикотажні

полотна), 97 (твори мистецтва, предмети колекціонування та антикваріат), 37 (фотографічні або кінематографічні товари), 67 (оброблені пір'я та пух і вироби з них; штучні квіти; вироби з волосся людини), 53 (інші рослинні текстильні волокна; пряжа з паперу і тканини з паперової пряжі), 46 (вироби із соломи, трави еспарто та інших матеріалів, які використовуються для плетіння; кошикові вироби та плетені вироби), 50 (шовк). Дніпропетровщина може започаткувати експорт за товарними групами, для яких її експорт за 2017 р. був нульовим: 47 (маса з деревини або з інших волокнистих целюлозних матеріалів; папір або картон, одержані з відходів та макулатури), 41 (шкури необроблені (крім натурального та штучного хутра) і шкіра вичищена), 93 (зброя, боєприпаси; їх частини та приладдя), 92 (музичні інструменти; їх частини та приладдя), 80 (олово і вироби з нього).

Висновки. Незважаючи на високий наявний потенціал, Дніпропетровщина має можливості подальшого зростання з використанням сучасних технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горбачук В.М., Неботов П.Г., Новодережкін В.І. Питання оптимальності змін середньої заробітної плати і капітальних інвестицій районів Дніпропетровщини у 2016 р. відносно 2015 р. / Національні особливості та світові тенденції управління та адміністрування на макро-, мезо- і мікрорівнях економіки. – Дніпро: Придніпровська державна академія будівництва та архітектури, 2017. С. 76–80.
2. Горбачук В.М., Сулейманов С.-Б. Динамічне оцінювання економічної ефективності у територіально-адміністративних одиницях / Продуктивна спроможність націй: приклад України. К.: КНУ імені Т. Шевченка, 2017. С. 64–65.
3. Горбачук В.М., Макаренко О.С., Дунаєвський М.С., Новодережкін В.І., Сулейманов С.-Б. Вимірювання економічної ефективності регіонів України за перші квартали 2017 р. / Сучасна інформатика: проблеми, досягнення та перспективи розвитку. К.: Інститут кібернетики імені В.М. Глушкова НАН України, 2017. С. 258–260.
4. Горбачук В.М., Неботов П.Г., Новодережкін В.І. Питання оптимальності змін середньої заробітної плати і капітальних інвестицій районів Полтавщини у 2015–2016 рр. / Інформатика та системні науки. – Полтава: Полтавський університет економіки і торгівлі, 2017. С. 57–59.
5. Горбачук В.М., Неботов П.Г., Новодережкін В.І. Поквартальне оцінювання порівняльної економічної ефективності у містах і районах Запоріжчини за 2016 р. / Економічний розвиток держави, регіонів, підприємств підприємництва: проблеми та перспективи. Запоріжжя: Запорізька державна інженерна академія, 2017. С. 178–182.
6. Горбачук В.М., Носова О.В., Пілявський А.І. Зміни середньої виробничої ефективності районів Харківщини за 2015–2016 рр. / Стратегії інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта (SIDEC 2017). Харків: Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», 2017. – С. 71–75.
7. Горбачук В.М., Пілявський А.І., Шевчук В.О. Зміни середньої виробничої ефективності районів Львівщини за 2015–2016 рр. / Інтеграція України у європейський та світовий фінансовий простір. Львів: Університет банківської справи, 2017. С. 21–24.
8. Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Сулейманов С.-Б., Аллахвердієв А. Динаміка індексів виявленої порівняльної переваги Луганщини за групами товарів у 2011–2016 роках / Глобальні виміри захисту економічної конкуренції. К.: Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики, 2017. С. 27–30.
9. Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Сулейманов С.-Б. До динамічного розрахунку цільової структури товарного експорту України та її регіонів // Інфраструктура ринку. – 2018. – Випуск 16. – С. 206–215.
10. Горбачук В.М., Дунаєвський М.С., Сулейманов С.-Б. Обчислення оптимальної спеціалізованої експортної структури регіону / Інформаційно-комп'ютерні технології – 2018 (20 квітня 2018 р., Житомир). – Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2018. С. 61–62.
11. Соціально-економічне становище Дніпропетровської області за січень-квітень 2017 року. Дніпро: Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2017. 106 с.
12. Соціально-економічне становище Дніпропетровської області за січень-липень 2017 року. Дніпро: Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2017. 97 с.
13. Соціально-економічне становище Дніпропетровської області за січень-жовтень 2017 року. Дніпро: Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2017. 97 с.
14. Соціально-економічне становище Дніпропетровської області за січень 2018 року. Дніпро: Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2018. 107 с.
15. Соціально-економічне становище Дніпропетровської області за січень-квітень 2018 року. Дніпро: Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2018. 109 с.
16. Горбачук В.М. Фінансові методи. К.: Альтерпрес, 2002. 175 с.
17. Dunning T.J. Trade's unions and strikes: their philosophy and intention. London, UK: M. Harley, 1860. 52 p.
18. International trade statistics 2001–2017. URL: <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>.
19. Додаток до Закону України «Про Митний тариф України» від 19 вересня 2013 року № 584-VII. URL: http://ukurier.gov.ua/media/documents/2013/10/23/2013_10_23_584z.pdf.

АКТУАЛІЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЄДИНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

ACTUALIZATION OF THE FORMATION OF A SINGLE INFORMATION ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION

Кузьміна О.М.

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних систем,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Розглянуто особливості та методи організаційно-технічних заходів щодо формування єдиного інформаційного середовища в організації. Показано, що єдине інформаційне середовище – це інструмент забезпечення оптимального управління та ефективної взаємодії всіх інформаційних потоків та ресурсів на зручній основі з урахуванням інтересів як кінцевих користувачів, так і організації.

Ключові слова: єдине інформаційне середовище, інформаційні ресурси, інформаційна інфраструктура, інформаційна технологія, інформаційно-аналітична система, інформаційно-телекомунікаційна мережа, управління ресурсами організації.

Рассмотрены особенности и методы организационно-технических мероприятий по формированию единой информационной среды в организации. Показано, что единая информационная среда – это инструмент обеспечения оптимального управления и эффективного взаимодействия всех информационных потоков и ресурсов на удобной основе с учетом интересов как конечных пользователей, так и организации.

Ключевые слова: единая информационная среда, информационные ресурсы, информационная инфраструктура, информационная технология, информационно-аналитическая система, информационно-телекоммуникационная сеть, управление ресурсами организации.

The features and methods of organizational and technical measures on create a single information environment in the organization. It is shown that a single information environment is a tool for optimal management and efficient interaction of all information flows and resources on a convenient basis, taking into account the interests of both end users and organizations.

Key words: single information environment, information resources, information infostructure, information technology, information-analytical system, information and telecommunication network, management of organization resources.

Постановка проблеми. Показником успіху діяльності будь-якої сучасної організації є її здатність забезпечити ефективну обробку інформації та своєчасну доставку її кінцевим користувачам. Ефективно організовані процеси зберігання, обробки й аналізу інформації дають змогу оцінити стан справ в організації та подальші перспективи, вчасно приймати управлінські рішення. Актуальність питань формування єдиного інформаційного середовища (ЄІС) в організації пояснюється процесами загальної інформатизації, що відбуваються у сучасному суспільстві, та спрямуванням України до Європейської спільноти. Важливу роль у формуванні та впровадженні єдиного інформаційного середовища в організаціях відіграють програмно-технічні засоби інформаційно-аналітичних систем (ІАС) та можливість застосувати інтегровані рішення для оптимального управління бізнес-процесами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методи та прийоми створення ЄІС в організаціях знайшли своє відображення у працях багатьох науковців. Теоретичну та методологічну основу питань формування ЄІС досліджено в працях В.С. Рожнова, В.В. Годіна, В.С. Анфілатова, О.О. Ємельянова, Я.М. Абдікєєва, М.В. Локтіонова та ін., які охоплюють коло взаємозалежних проблем щодо принципів планування, управління та організації робіт.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз «єдиного інформаційного середовища» дає можливість вивчати більш докладно такі властивості інформаційних процесів, як впорядкованість, обсяг, інтенсивність, щільність. Цей аспект набуває важливого значення в управлінні ресурсами і бізнес-процесами та підлягає подальшому науковому дослідженню.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення методів побудови та вивчення процесу формування ЄІС в організації.

Виклад основного матеріалу. Завдання створення ЄІС є натеper одним із найбільш пріоритетних, оскільки стає інструментом для вирішення завдань підвищення ефективності управління, що продиктовані вимогами часу та специфікою установ та організацій, які мають складну організаційну структуру і ведуть різноманітну діяльність. ЄІС дає змогу забезпечити інформаційну підтримку діяльності щодо прийняття рішень, оптимальне використання всіх видів ресурсів і взаємодію із зовнішніми інформаційними системами (ІС) [1–3; 6; 7].

Основними компонентами ЄІС є: інформаційні ресурси, що містять дані, відомості та знання, які зафіксовані на відповідних носіях інформації; організаційні структури, що забезпечують функціонування та розвиток ЄІС, зокрема збір, обробку, зберігання, поширення, пошук і передачу інформації; засоби інформаційної взаємодії організацій, що забезпечують доступ до інформаційних ресурсів на основі відповідних програмно-технічних засобів.

У сучасній науковій літературі [1–3] наведено декілька визначень поняття «єдине інформаційне середовище», хоча воно поки що не знайшло свого відображення в нормативних документах і має, як правило, абстрактний характер, спрямований на виконання певного кола завдань. ЄІС являє собою сукупність баз і банків даних, технологій їх ведення та використання, інформаційно-телекомунікаційних систем і мереж, що функціонують на основі єдиних принципів і за загальними правилами. Основними компонентами ЄІС є: інформаційні ресурси, засоби інформаційної взаємодії, інформаційна інфраструктура. Розвиток інформаційних технологій свідчить, що тільки інтегруючи ІАС організації в ЄІС, можна одержати найбільший ефект від їх використання.

Єдиний інформаційний простір (інформаційна сфера, інфосфера) – сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, що здійснюють збір, формування, поширення і використання інформації, а також системи регулювання відповідних суспільних відносин.

Інформаційна сфера – сукупність відносин, що виникають під час: формування і використання інформаційних ресурсів на основі створення, збору, обробки, накопичення, зберігання, пошуку, розповсюдження і надання споживачеві документованої інформації; створення і використання інформаційних технологій та засобів їх забезпечення; захисту інформації, прав суб'єктів, що беруть участь в інформаційних процесах та інформатизації.

Основні функції інформаційного простору:

- інтегруюча – об'єднує в єдине просторово-комунікативне і соціокультурне середовище різні види економічної діяльності;

- комунікативна – створюється особливе середовище транскордонної, інтерактивної і мобільної комунікації різних суб'єктів економічної діяльності, у межах якого вони здійснюють інформаційний обмін;

- актуалізуюча – в інформаційному просторі здійснюється актуалізація інтересів різних суб'єктів економічної діяльності шляхом реалізації ними інформаційної політики;

- геополітична – формуються власні ресурси і змінюється значущість традиційних ресурсів, створюючи нове середовище геополітичних відносин і конкуренції;

- соціальна – інформаційний простір трансформує суспільство і змінює характер та зміст соціально-економічних відносин у всіх сферах: політиці, культурі, науці, релігії тощо.

Структура інформаційного простору включає:

- інформаційне поле – це сукупність усієї зосередженої у просторі інформації, безвідносно до її форми і стану, що знаходиться у відриві як від об'єкта відображення, так і від суб'єкта сприйняття. Рух інформації в інформаційному полі здійснюється за допомогою фізичного зв'язку між одержувачем і джерелом інформації, що матеріалізується в інформаційному потоці;

- інформаційний потік – сукупність інформації, що переміщується в інформаційному просторі через канали комунікації. Інформаційні потоки можуть протікати як усередині окремих інфосфер, так і між ними, залежно від наявності каналів комунікації. Організаційний аспект структури інформаційного простору становлять множини баз даних і банків даних, сховищ даних, технологій їх ведення, використання, інформаційних систем, мереж, застосувань, організаційних структур, що функціонують на основі певних принципів і за встановленими правилами, що забезпечують інформаційну взаємодію об'єктів.

В організаційно-технічному аспекті структуру інформаційного простору становить:

- сукупність баз і банків даних, технологій їх супроводу, використання;

- сукупність інформаційно-телекомунікаційних систем, мереж, додатків та організаційних структур, що функціонують на основі певних принципів і за встановленими правилами, що забезпечує інформаційну взаємодію користувачів, а також задоволення їх інформаційних потреб.

Основним компонентом структури інформаційного простору є інформаційна система, яка являє собою:

- організаційно впорядковану сукупність фахівців, інформаційних ресурсів та інформаційних технологій, що реалізують інформаційні процеси – отримання вхідних даних;

- обробку цих даних та/або зміну власного внутрішнього стану (внутрішніх зв'язків / відношень), видачу результату або зміну свого зовнішнього стану (зовнішніх зв'язків / відношень).

До складу технологічних і організаційних компонентів інформаційного простору в узагальненому варіанті входять:

1. Інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура – це територіально розподілене середовище, яке забезпечує можливість збору, передачі, зберігання, автоматизованої обробки і розповсюдження інформації, використовуючи мережі, засоби зв'язку і телекомунікації.

Інформаційна інфраструктура організації утворюється сукупністю:

- інформаційних і телекомунікаційних систем та мереж зв'язку;
- систем формування і забезпечення збереження інформаційних ресурсів;
- системи забезпечення доступу до інформаційно-телекомунікаційних систем, мереж зв'язку та інформаційних ресурсів;
- індустрії інформації та ринку інформаційних послуг;
- системи підготовки кадрів;
- алгоритмів і програмних засобів, що забезпечують функціонування програмно-апаратних платформ.

2. Інформаційні ресурси на електронних носіях, насамперед – спеціалізовані інформаційні масиви у вигляді автоматизованих баз даних (АБД), а також інформаційні ресурси, розподілені по WEB-сайтах у мережі Internet.

До інформаційних ресурсів належать окремі документи й окремі масиви документів, документи і масиви документів в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних, базах знань, інших інформаційних системах). Інформаційні ресурси є об'єктами відносно фізичних, юридичних осіб, держави. Особливості, які відрізняють інформаційні ресурси від інших видів ресурсів:

- вони не піддаються споживанню і піддаються не фізичному, а моральному зношенню;
- вони за своєю суттю нематеріальні і не зводяться до фізичного носія, в якому втілені;
- їх використання дає змогу різко скоротити споживання інших видів ресурсів, що в кінцевому підсумку приводить до колосальної економії коштів;
- процес їх створення і використання здійснюється за допомогою комп'ютерної техніки та інформаційних технологій.

3. Методи і засоби прикладної математики – алгоритми і програмні засоби (комплекси), що забезпечують функціонування апаратних платформ (систем).

4. Організаційні заходи, що забезпечують функціонування компонентів інформаційного простору (конференції, діяльність робочих груп фахівців тощо).

5. Правові заходи (норми) – інформаційне законодавство, міжнародні угоди і договори, інші національні та міжнародні нормативні правові акти.

6. Ринок інформаційних технологій, засобів зв'язку, інформатизації та телекомунікацій, інформаційних продуктів і послуг.

Крім перерахованих вище, в інформаційному просторі можна виділити особливий компонент, який має назву віртуальна реальність (ВР), сформована у вигляді віртуальних аналогів реальних об'єктів і процесів (наприклад, чати і форуми, електронний банкінг, система електронної торгівлі, геоінформаційні системи, системи електронного документообігу, системи автоматизованого проектування і моделювання фізичних процесів тощо), які базуються на відповідних програмно-апаратних платформах та інформаційно-телекомунікаційних мережах і системах зв'язку і сприймаються людиною (користувачем) як модель-замінник дійсної реальності. Під сучасною ВР, як правило, розуміють віртуальну модель дійсності, побудовану на інформаційних технологіях, які дають можливість:

- формувати в кіберпросторі цілком адекватну дійсній реальність (або довільно, цілеспрямовано і зловмисно змінену) ВР як певну модель світу (об'єктів, процесів) в будь-якій зручній для сприйняття людською свідомістю формі;
- прив'язувати до елементів цієї моделі будь-які необхідні дані й оперувати ними;
- моделювати результати впливу (управління) до їх реалізації в реальному світі;
- впливати на об'єктивну (дійсну) реальність через її сполучення з ВР шляхом передачі інформаційних повідомлень (керуючих впливів).

Організаційні структури та засоби інформаційної взаємодії утворюють єдину інформаційну інфраструктуру. Світовий досвід свідчить, що формування ЄІС в організації може відбуватися за декількома методами, і вибір методології створення і впровадження залежить від її розміру, структури, особливостей діяльності, характеристик інформаційних потоків, матеріальних засобів, виділених на впровадження, тощо. Є декілька класичних методів [4; 5] формування ЄІС: стрибкоподібний, поступовий, паралельний, хвилеподібний, прискорений. Аналізуючи методи формування ЄІС, можна виділити чотири варіанти впровадження інфраструктури ЄІС:

1) автоматизація наявних процесів із мінімальною адаптацією під них програмно-апаратних комплексів ЄІС – використовується у разі більшості типових бізнес-процесів у діяльності організації;

2) радикальне перетворення наявних процесів діяльності з метою впровадження кращих практик, інтегрованих у сучасні програмні продукти;

3) розроблення з нуля або радикальна модернізація типових програмно-апаратних складників інфраструктури ЄІС для їхньої адаптації під наявні нестандартні процеси діяльності організації;

4) повне перепланування процесів діяльності і розроблення під них нової інфраструктури ЄІС.

Остаточний вибір варіанту впровадження залишається за керівництвом організації.

Під час реалізації ІАС в організації можуть бути використані програмні рішення як різних фірм-виробників – змішані рішення, так і одного

виробника – платформенно-базове рішення. І в першому, і у другому випадках є свої переваги й недоліки.

На ринку ІТ не існує одного виробника, що пропонує кращі рішення всіх необхідних для побудови ІАС програмних компонентів. Тому спільне використання найбільш придатних рішень від різних виробників дає змогу підвищити функціональну потужність ІАС.

Критеріями оцінки інструментальних засобів можуть виступати як їхні технічні і вартісні характеристики, так і швидкість впровадження, а також доцільність використання в кожному конкретному випадку. Однак використання продуктів від різних виробників приводить до значного ускладнення архітектури системи через різно-рідність інструментальних рішень. Це ускладнення пояснюється необхідністю інтегрування не пов'язаних одне з одним інструментальних рішень. Крім того, потреби міняються, необхідно швидко адаптувати вже придбані (створені) автоматизовані системи та забезпечити взаємодію між наявними системами від різних виробників, і

саме логічним кроком є створення ЄІС, яке дало би змогу гнучко об'єднати потоки даних між наявними ІАС та враховувати особливості інтеграції.

Нині створення ЄІС в організаціях стає пріоритетним завданням у розрізі Програми інформатизації України та інтегрування багатьох ІАС на рівні міста, регіону, країни.

Висновки. Підсумовуючи розглянуте, можна констатувати, що засоби та методи формування ЄІС, інформатизація процесів діяльності і процесів управління організацією являють собою безперервний процес, що триває з різним ступенем інтенсивності протягом усього строку функціонування проекту впровадження. Процес управління одержує систему підтримки прийняття рішень, використовуючи які, можливо одержати максимальну кількість оперативної, актуальної інформації, що діє всередині однієї інформаційної «оболонки», і головною метою робіт із формування ЄІС є забезпечення взаємодії всіх інформаційних потоків та ресурсів на зручній основі з урахуванням інтересів як кінцевих користувачів, так і організації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Спрінсян В.Г., Бирюкова Т.Л. Ресурси та технології інформаційного менеджменту: навчальний посібник. Одеса: ОНПУ, 2012. 248 с.
2. Годин В.В., Корнеев И.К. Управление информационными ресурсами. Москва: Инфра-М, 2000. 352 с.
3. Коваленко О.О. Створення інформаційного мережевого простору організації. Методологія та моделювання : монографія. Вінниця: ВЦ ВФЕУ, 2009. 232 с.
4. Бобров С.В., Левшенко О.С., Поривай О.В. Методи формування єдиного інформаційного середовища в установі. Збірник наукових праць Центру воєнно-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняховського. 2013. № 3(49). С. 26–32.
5. Architecting a secure single information environment. URL: <https://www.archtis.com/resources/secure-single-information-environment/>.
6. Achieving the single information environment. URL: <https://static1.squarespace.com/static/527411>.
7. Single Information Environment. URL: [https://www.acronymfinder.com/Single-Information-Environment-\(Australia\)-\(SIE\).html](https://www.acronymfinder.com/Single-Information-Environment-(Australia)-(SIE).html).

ТРАНСФЕРТНІ РІЗНИЦІ В КОНТРОЛЬОВАНИХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ ПІДПРИЄМСТВА

TRANSFER DIFFERENCES IN THE CONTROLLED FOREIGN ECONOMIC OPERATIONS OF THE ENTERPRISE

Фесенко В.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, аудиту, аналізу і оподаткування,
Університет митної справи та фінансів (м. Дніпро)

Стаття присвячена дослідженню різниць, які виникають при встановленні трансфертних цін у зовнішньоекономічних операціях підприємств. Надано авторське визначення терміну «трансфертні різниці» як різниці між двома цінами на товар у зовнішньоекономічній операції, одна з яких визначена для цілей формування звіту про контрольовані операції за даними фінансового обліку, а інша – за даними корпоративного управлінського обліку для бізнес-цілей.

Ключові слова: трансфертні ціни, пов'язані підприємства, звіт про контрольовані операції, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішньоекономічні операції.

Статья посвящена исследованию разниц, возникающих при установлении трансфертных цен во внешнеэкономических операциях предприятий. Сформулировано авторское определение термина «трансфертные разницы» как разницы между двумя ценами на товар во внешнеэкономической операции, одна из которых определена для целей формирования отчета о контролируемых операции по данным финансового учета, а другая – по данным корпоративного управленческого учета для бизнес-целей.

Ключевые слова: трансфертные цены, связанные предприятия, отчет про контролируемые операции, внешнеэкономическая деятельность, внешнеэкономические операции.

The article is devoted to the study of the differences that arise during the establishment of transfer prices in foreign economic operations of enterprises. The author's definition of the term «transfer differences» is given as the difference between two commodity prices in a foreign economic transaction, one of which is defined for the purposes of reporting on controlled transactions according to financial accounting data, and the other – according to corporate management accounting for business purposes.

Key words: transfer prices, related enterprises, report on controlled operations, foreign economic activity, foreign economic operations.

Постановка проблеми. Проведення в Україні імплементації плану дій Організації з економічного співробітництва у напрямку протидії розмиванню бази оподаткування призводить до висунування специфічних вимог з боку Державної податкової служби до процесу встановлення трансфертних цін у зовнішньоекономічних операціях. Так, з 2013 року в Україні запроваджена система податкового контролю трансфертного ціноутворення для підприємств-суб'єктів ЗЕД, що сформувало необхідність для підприємств встановлювати такі ціни у зовнішньоекономічних операціях із пов'язаними сторонами закордоном, які б відповідали вимогам принципу «втягнутої руки» та були розраховані одним із запропонованих у ПКУ методів трансфертного ціноутворення. Такі події призвели до виникнення сфери досліджень, присвячених порядку встановлення трансфертних цін відповідно до вимог ПКУ та обґрунтуванню «справедливості» трансфертних цін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження у сфері трансфертного ціноутворення висвітлені у працях багатьох авторів, але здебільшого вони присвячені дослідженню трансфертного ціноутворення з позицій податкового контролю. Так, у працях А. Алексєєвої [1], О. Вакульчик [2], А. Гречко [3], В. Сопко [4] досліджено питання становлення механізму податкового контролю трансфертного ціноутворення та його особливості у міжнародних розрахунках. Трансфертне ціноутворення також досліджується у контексті управлінського обліку в групі підприємств в працях корифеїв управлінського обліку П. Атамаса [5], С. Голова [6], Ч. Хорнгрена [7]. Формування двох паралельних напрямків наукових досліджень процесу трансфертного ціноутворення і практичного застосування методів трансфертного ціноутворення обумовило необхідність у подальшому детального дослідження від-

мінностей визначення трансфертної ціни відповідно до вимог Податкового кодексу України і вимог корпоративного контролю групи взаємопов'язаних підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є визначення відмінностей між порядком встановлення трансфертних цін відповідно до вимог Податкового кодексу України та відповідно до корпоративних цілей групи взаємопов'язаних підприємств.

Виклад основного матеріалу досліджень. Трансфертні ціни у зовнішньоекономічних угодах визначаються у двох сферах аналітико-управлінської діяльності: в контексті звітування податковим органам ДФСУ за результатами контрольованих зовнішньоекономічних операцій; та для цілей внутрішнього аудиту управлінської трансфертної ціни. При формуванні управлінських трансфертних цін у зовнішньоекономічних угодах менеджери намагаються встановити їх на найбільш вигідних для підприємства умовах. Тоді як податкові вимоги, навпаки, намагаються встановити рамки для процесу ціноутворення, що має збільшити податкові зобов'язання підприємств, які звітують за контрольованими зовнішньоекономічними операціями.

Отже, слід розрізняти управлінський та податковий підхід при формуванні трансфертної ціни в контрольованих зовнішньоекономічних операціях. В таких операціях між пов'язаними підприємствами управлінський підхід передбачає встановлення трансфертної ціни на основі аналізу вигоди, яку отримують підрозділи (компоненти групи компаній) від здійснення внутрішньогрупової операції. Більше того, саме заради отримання додаткової вигоди і здійснюються операції в рамках однієї групи підприємств. Основним критерієм ефективності здійснення операції є прибуток (вигода), який отримує група від здійснення операції. Тобто внутрішньофірмова операція має надавати додаткову вигоду у порівнянні з аналогічною операцією за межами групи. Але в тому разі, коли трансфертні ціни розглядаються як об'єкт податкового контролю, це може слугувати фактором обмеження бізнес-ефективності.

Метод порівняльної неконтрольованої ціни для визначення трансфертних цін експорту та імпорту передбачає використання ринкових даних. Інші методи засновані на формуванні доказової бази про суми витрат та рівень надбавки на основі внутрішніх обліково-аналітичних даних підприємств. До методів на основі обліково-аналітичних даних, відносяться метод «витрати+» (для цілей експорту), метод ціни перепродажу (для цілей імпорту), метод чистого прибутку, метод розподілення прибутку. Так, трансфертна ціна за методами на основі внутрішніх обліково-аналітичних даних підприємства для цілей звітування в податкові органи за результатами контрольованих опе-

рацій експорту формується за узагальненою формулою:

$$TC_{пк}^{експорт} = Витрати + Норма прибутку, (1)$$

де $TC_{пк}^{експорт}$ – трансфертна ціна експортованої продукції (товарів, послуг), визначена за податковим підходом.

У витратну складову трансфертної ціни можуть бути включені різні статті витрат підприємства в залежності від методу, який використовується, а у норму прибутковості зазвичай включається розрахована на основі неконтрольованих співставних операцій норма прибутковості.

Трансфертна ціна за управлінським підходом пропонується у визначати за формулою:

$$TC_{уо}^{експорт} = Прямі витрати зовнішньоекономічної операції + Норма прибутку (2)$$

де $TC_{уо}^{експорт}$ – трансфертна ціна експортованої продукції (товарів, послуг), визначена за управлінським підходом.

До прямих витрат зовнішньоекономічних операцій включаються прямі змінні витрати (виробничі і збутові), постійні прямі витрати, які виникають на рівні зовнішньоекономічної операції (виробничі, адміністративні і збутові). Норма прибутку є тим додатковим прибутком, який має формуватись у зв'язку із здійсненням зовнішньоекономічної операції, покривати інші постійні витрати зовнішньоекономічної діяльності та формувати прибуток від зовнішньоекономічної діяльності.

Метою керівництва підприємств є погодження цін двох напрямків. Це можливо зробити за рахунок ідентифікації різниць у підрахунку трансфертних цін. Накопичення облікових даних для визначення трансфертної ціни в цілях оподаткування формується у системі фінансового обліку за правилами бухгалтерського обліку відповідно до вимог Міжнародних стандартів обліку і фінансової звітності (або Національних стандартів бухгалтерського обліку). Накопичення даних для управлінського аналізу та визначення оптимальних трансфертних цін формується у системі паралельного управлінського обліку.

Як визначають П.Й. Атамас і С.Ф. Голов, міжнародна практика ведення управлінського обліку обумовила виникнення два основних підходи до організації бухгалтерського фінансового і управлінського обліку в системі рахунків [1, с. 41]. Так, можна виокремити підхід з створенням двох автономних систем рахунків (одна – для фінансового, інша – для управлінського), що вимагає ведення паралельного обліку витрат окремо для цілей формування фінансової звітності підприємства та для цілей ухвалення управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства. Як зазначає П.Й. Атамас, «такий підхід застосовують близько 80 країн, у тому числі більшість країн-членів ЄС» [1].

Інший підхід, який є притаманним для країн англо-саксонської групи, передбачає застосування єдиної системи рахунків для одночасного ведення управлінського і фінансового обліку, що стає можливим за умов відсутності єдиного національного плану рахунків, що характерне для цих країн.

В Україні поки що склалася практика ведення фінансового та управлінського обліку за підходом з виокремлення двох автономних систем рахунків. А управлінський облік часто ведеться навіть без використання рахунків бухгалтерського обліку, а за допомогою аналітичних таблиць, підготовлених в автоматизованих системах Excel, 1С-Бюджетування, SAP-ERP.

Особливістю обліку зовнішньоекономічних операцій між пов'язаними підприємствами є те, що управлінський облік витрат, які виникають в процесі виконання зовнішньоекономічної угоди (виробництво, транспортування, перетин кордону та інше) здійснюється на основі децентралізованого підходу з автономним веденням управлінського обліку в окремих підприємствах групи компаній. Це призводить до збільшення повноважень менеджерів окремих пов'язаних підприємств з ухвалення рішень щодо ціноутворення в зовнішньоекономічних операціях групи. «Для транснаціональних корпорацій типовою є централізація фінансового (загального) обліку в головному офісі компанії та децентралізація управлінського обліку задля наближення його до місць виникнення витрат і прийняття рішень» [2].

Так, можна стверджувати, що при паралельному веденні фінансового й управлінського обліку (з виокремленням автономних систем рахунків управлінського і фінансового обліку) виникають різниці у підрахунку трансфертних цін в контрольованих зовнішньоекономічних операціях між пов'язаними підприємствами – трансфертні різниці.

Таким чином, трансфертну різницю можемо визначити як різницю між двома трансфертними цінами на товар (продукцію, послугу) у контрольованій зовнішньоекономічній операції, одна з яких визначена для цілей формування звіту про контрольовані операції за даними фінансового обліку (податковий підхід), а інша – за даними корпоративного управлінського обліку для бізнес-цілей (управлінський підхід).

Оскільки трансфертна ціна, як і будь-яка інша, включає дві основні складові – витрати та надбавку (прибуток), то і трансфертні різниці, які формуються при контрольованих зовнішньоекономічних операціях між пов'язаними підприємствами, можуть бути наслідком відмінностей у методах включення витрат у собівартість та методах визначення норми надбавки.

Залежно від типу зовнішньоекономічної операції трансфертні різниці можуть виникати внаслідок різних причин. Так, в операціях експорту товару (продукції, послуги) трансфертні

різниці можуть формуватися через відмінності податкового й управлінського підходів при включенні витрат у собівартість реалізації, а в операціях імпорту – за рахунок відмінностей у визначенні суми надбавки до собівартості імпортованих товарів.

Трансфертна різниця за експортом – це різниця у трансфертній ціні експорту, визначена за податковим і управлінським підходом, яка формується за рахунок різниці у підходах щодо визнання витрат, пов'язаних з операцією експорту.

Трансфертна різниця за імпортом – це різниця у трансфертній ціні імпорту, визначеною за податковим та управлінським підходом, яка формується за рахунок різниці у підходах при визначенні суми надбавки до ціни імпорту.

В наслідок співставлення трансфертних різниць формуються контрольовані та неконтрольовані трансфертні різниці. Контрольовані трансфертні різниці є об'єктом управління для менеджерів корпорації з метою їх мінімізації, а неконтрольовані формуються об'єктивними факторами та не можуть бути зменшені управлінським впливом.

Формування трансфертних різниць залежить від методу трансфертного ціноутворення, який використовується підприємством для подання звіту про контрольовані операції.

При співставленні трансфертної ціни, визначеної за податковим підходом, та трансфертної ціни, визначеної за управлінським підходом, може виникати додатна ($TC_{пк} > TC_{уо}$) і від'ємна ($TC_{пк} < TC_{уо}$) різниця. Так, в залежності від типу операцій, в яких виникають додатні та від'ємні різниці, трансфертні різниці можна класифікувати на невідшкодовані й альтернативні.

Так, невідшкодована трансфертна різниця формується у разі перевищення управлінської трансфертної ціни експорту над податковою трансфертною ціною, та у разі перевищення податкової ціни імпорту над управлінською ціною імпорту. Невідшкодована трансфертна різниця є негативною, є частиною непокритих прямих постійних витрат, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, або недоотриманим доходом. Альтернативна трансфертна різниця формується у разі перевищення управлінської трансфертної ціни імпорту над податковою трансфертною ціною, та у разі перевищення податкової ціни експорту над управлінською ціною експорту. Альтернативна трансфертна різниця відображає додатковий дохід від ЗЕД підприємства і є додатною.

Для визначення переліку витрат, що можуть формувати трансфертні різниці, проаналізуємо калькуляцію витрат виробничих підприємств, які здійснюють експорт продукції пов'язаним підприємствам за кордон. Так, можемо стверджувати, що значна частина калькуляційних статей витрат формує трансфертні різниці. Відповідно до ланцюжку формування вартості товару, визначимо статті витрат, які формують

Таблиця 1

**Статті витрат, які формують трансфертні різниці
у контрольованих зовнішньоекономічних операціях**

Рівень формування трансфертної ціни	Стаття витрат, яка формує трансфертну різницю	Коментар
Дослідження ринку і розробка виду товару	Амортизація нематеріальних активів	Витрати на НДР, дослідження ринку, розробку нового товару та його просування капіталізуються у вартості нематеріальних активів, яка потім шляхом амортизації списується у витрати діяльності підприємства. Якщо ці витрати мають пряме відношення до ЗЕД підприємства, то їх доцільно включати в базу для обґрунтування трансфертної ціни за податковим підходом.
Процес виробництва	Розподілені загальновиробничі витрати	Загальновиробничі витрати розподіляються між продукцією, яка виготовляється на підприємстві для реалізації як на зовнішні, так і на внутрішні ринки. Тому частина таких витрат, які не відносять до експортованої продукції, може бути помилково включена у витратну базу для обґрунтування трансфертної ціни за податковим підходом.
Перетин кордону, логістика	Мито Комісійні збутові Транспортні Митне оформлення Страховання Логістичні	Як правило, при обґрунтуванні ТЦ за податковим підходом такі витрати не враховуються при визначенні витратної бази, але, вони мають пряме відношення до зовнішньоекономічних операцій.

Джерело: складено автором

трансфертні різниці на різних рівнях формування трансфертної ціни.

У контексті аналізу різниць у трансфертних цінах при здійсненні зовнішньоекономічних операцій актуальним питанням є управління курсовими різницями. Відповідно до П(с)БО курсові різниці – це різниця між оцінками однакової кількості одиниць іноземної валюти при різних валютних курсах [3].

Так, курсові різниці можуть бути і позитивними (додатковими доходами для підприємства), так і негативними (додаткові витрати підприємства). Однак, управління курсовими різницями стикається з проблемою прогнозування курсу валют та непередбачуваністю цього процесу. Сума курсових різниць не включається

до суми доходів чи витрат, що є підконтрольними податковим органам в процесі контролю трансфертного ціноутворення. Але ці витрати (доходи) все одно виникають у підприємства.

Оскільки в процесі зовнішньоекономічних операцій можуть формуватися витрати за курсовими різницями, а також трансфертні різниці, які запропоновані вище, то можемо запропонувати методику аналізу покриття витрат за курсовими різницями. Шляхом співставлення додатних і від'ємних різниць, які виникають у зовнішньоекономічних операціях, сформуємо матрицю взаємної компенсації трансфертних і курсових різниць.

Для першої та четвертої ситуацій з таблиці 2 можливе застосування коефіцієнтів компенса-

Таблиця 2

**Матриця взаємної компенсації трансфертних і курсових різниць
в зовнішньоекономічних операціях пов'язаних підприємств**

Умови взаємної компенсації	Якщо існують витрати за курсовими різницями в операції (B^{KP})	Якщо існують доходи за курсовими різницями в операції (D^{KP})
Якщо формуються альтернативні трансфертні різниці (ATP)	1. Альтернативні трансфертні різниці компенсують витрати за курсовими різницями	2. Сума альтернативних трансфертних різниць і доходів за курсовими різницями є додатковим прибутком від зовнішньоекономічної операції
Якщо формуються невідшкодовані трансфертні різниці (HTP)	3. Сума невідшкодованих трансфертних різниць і витрат за курсовими різницями є додатковим збитком від зовнішньоекономічної операції	4. Доходи від курсових різниць компенсують невідшкодовані трансфертні різниці

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3

**Аналіз взаємної компенсації трансфертних та курсових різниць
у зовнішньоекономічних операціях пов'язаних підприємств**

Країна	Фактичний дохід за КО, у. о.	ВКР ¹ , у. о.	ДКР ² , у. о.	Плановий дохід за КО, у. о.	АТР ³	НТР ⁴	ККР ⁵	КТР ⁶
2	3	4	5	6	7 = 3-6	8=6-3	9 =7/4	10=5/8
Грузія	100 000	15 000	-	85 000	15000	0	1	
Молдова	90 000	10 000	-	85 000	5 000	0	0,5	
Швейцарія	95 000	8 000	-	85 000	10000	0	1,25	
Туркменістан	75 000	-	10000	85 000	0	10 000	-	1
Узбекистан	75 000	-	15 000	85 000	0	10 000	-	1,5
Болгарія	77 000	-	5000	85 000	0	8000	-	0,625

Джерело: розраховано автором

ції. У разі, коли існують альтернативні трансфертні різниці та витрати за курсовими різницями, може бути застосований коефіцієнт компенсації курсових різниць:

$$KKK = ATR / VKR, \quad (3)$$

Якщо $KKR \geq 1$, то витрати за курсовими різницями компенсуються альтернативною трансфертною різницею, що свідчить про ефективну збутову та цінову політику відділу ЗЕД.

Якщо $0 < KKR < 1$, то витрати за курсовими різницями частково компенсуються альтернативними трансфертними різницями.

У випадках, коли існують невідшкодовані трансфертні різниці та доходи за курсовими різницями, може бути застосований коефіцієнт компенсації трансфертних різниць:

$$KTR = DKR / NTR, \quad (4)$$

Якщо $KTR \geq 1$, то доходи за курсовими різницями компенсують невідшкодовані трансфертні різниці.

Якщо $0 < KTR < 1$, то доходи за курсовими різницями частково компенсують невідшкодовані трансфертні різниці.

Для прикладу розглянемо зовнішньоекономічні контрольовані операції підприємства Х пов'язаним підприємствам у низькоподатковій юрисдикції (табл. 3).

За результатами аналізу видно, що операції у Грузію і у Швейцарію здійснювались за вигідними умовами, а саме – витрати за курсовими різницями були компенсовані альтернативними трансфертними різницями. В операції до Швейцарії альтернативна трансфертна різниця була навіть більша за витрати за курсовими різницями, що забезпечило додаткову вигоду від зовнішньоекономічної операції. Це означає,

що керівництву підприємства вдалося реалізувати продукцію за ціною, яка вища за заплановану управлінську ціну, і ця різниця покрила витрати за курсовими різницями.

В операціях до Туркменістану та Узбекистану також спостерігається позитивний результат розрахунку коефіцієнтів компенсації, але причини такого ефекту дещо інші. В цьому разі спостерігається ефективна управлінська діяльність у сфері курсових різниць, доходи за якими дозволили покрити невідшкодовані трансфертні різниці, які виникали унаслідок невідгідних умов реалізації.

Для цілей внутрішньо-корпоративного контролю було б доцільно створення внутрішньогрупового бухгалтерського рахунку обліку трансфертних різниць, який дає змогу обліковувати та нагромаджувати дані про результати зовнішньоекономічних операцій, що може стати основою для оцінки результату управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності.

Висновки. Виокремлення податкового та управлінського підходів до розрахунку трансфертної ціни у контрольованих зовнішньоекономічних операціях сформуло наукове підґрунтя для визначення терміну «трансфертна різниця», яке запропоновано розглядати як різницю між двома розрахунковими цінами на товар у контрольованій зовнішньоекономічній операції, одна з яких визначена для цілей формування звіту про контрольовані операції за даними фінансового обліку (податковий підхід), а інша – за даними корпоративного управлінського обліку для бізнес-цілей (управлінський підхід). Аналіз взаємної компенсації трансфертних і курсових різниць за результатами зовнішньоекономічної операції між двома пов'язаними підприємствами дає змогу оцінити результат управління ризиками здійснення зовнішньоекономічної діяльності та результативність менеджменту у сфері ЗЕД підприємства.

¹ Витрати за курсовими різницями

² Доходи за курсовими різницями

³ Альтернативна трансфертна різниця

⁴ Невідшкодована трансфертна різниця

⁵ Коефіцієнт компенсації курсових різниць

⁶ Коефіцієнт компенсації трансфертних різниць

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алексєєва А., Ігнатенко Т. Трансфертне ціноутворення як механізм податкового контролю. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2014. № 3. С. 85–95.
2. Вакульчик О.М., Рябич О.В. Проблеми та особливості впровадження в Україні механізму контролю трансфертного ціноутворення. Вісник Академії митної служби України. Сер. Економіка. 2014. № 1. С. 10–16.
3. Гречко А.В. Механізм трансфертного ціноутворення в Україні як інструмент контролю за операціями між пов'язаними особами. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2016. № 13. С. 85–91. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/80095> (дата звернення 18.06.2018).
4. Сопко В. Трансфертне ціноутворення в міжнародних розрахунках. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 4. С. 93–107.
5. Атамас П.Й. Управлінський облік: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 440 с.
6. Голов С.Ф. Управлінський облік: підручник. Київ: Лібра. 2003. – 704 с.
7. Хорнгрен Ч. Управленческий учет: підручник. Москва: Бизнес-класс. 2008. – 1008 с.
8. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 21. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0515-00>. (дата звернення 18.06.2018).
9. Фесенко В.В. Використання методу «витрати+» для обґрунтування трансфертної ціни в операціях між пов'язаними сторонами. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. № 6. Том 2. С. 120–126.
10. Фесенко В.В. Зовнішньоекономічні операції підприємства з пов'язаними сторонами: аудит і аналіз: монографія. Дніпро: ТОВ «Домінанта Прінт», 2018. 301 с.
11. Соркин С.Л. Эффективность внешнеэкономической деятельности: принятие, измерение и оценка : монография. Гродно: ГрГУ, 2011. 130 с.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Агапова В.В.

ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ»:
ДИСЦИПЛІНАРНА РЕФЛЕКСІЯ ТА ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ.....3

Kalinovskyi R.O.

COMPARISON OF THE STABILIZATION MACROECONOMIC POLICY
IN THE CENTRAL EUROPEAN COUNTRIES AS A BASIS
FOR THE DEVELOPMENT OF ANTI-CRISIS STRATEGY IN UKRAINE..... 9

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Алексєєва Т.І., Адоніна Л.Е.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН УКРАЇНИ.....15

Бугаєнко К.А., Лободзинська Т.П.

ІНДЕКС ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ 20

Poliakova Yu., Stepanov A.

ENVIRONMENTAL POLICY OF UKRAINE IN THE CONTEXT
OF EUROPEAN INTEGRATION: A REGIONAL DIMENSION.....24

Ставська Ю.В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....29

Шупрудько Н.В.

ФІСКАЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ:
ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА БЕЗПЕКОЗНАВЧІ АСПЕКТИ..... 37

Щербань О.Є., Сімахова А.О.

ВПЛИВ ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТИВАННЯ
НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ.....44

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Гахович Н.Г., Кушніренко О.М.

ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ УКРАЇНИ
В ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ..... 49

Гордієнко В.О.

ЧИ МОЖЛИВО СТАТИ АГРАРНОЮ СУПЕРДЕРЖАВОЮ?.....55

Гурбик Ю.Ю., Біляєв С.С., Сальнікова М.В.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ, ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ
ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ.....61

Кукліна Т.С., Зайцева В.М., Корнієнко О.М.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ЇЇ РЕГІОНІВ..... 66

Мирошніченко Ю.О., Бондар А.В.

МОДЕЛЬ ВЗАЄМОДІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ
У РЕАЛЬНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ КСВ..... 71

Ладонько Л.С., Мітал О.Г.

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ
ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ.....75

Прус Л.Р.

ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ НАД ЕКСПЕРТНИМИ ВИСНОВКАМИ
У ЧАСТИНІ ПРАВИЛЬНОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ
ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ ТА ЇХ КОМПЛЕКТУЮЧИХ.....84

Рязанова Н.О. ЗМІСТ І ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	90
Сібекіна А.Ю. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО СЕКТОРУ НА ЗАСАДАХ ПОГЛИБЛЕНОЇ І ВСЕОСЯЖНОЇ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З ЄС.....	97
Сорока Л.М., Іваненко І.В. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	102
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ	
Біла І.С., Насікан Н.І. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДНИК СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДЛІВНОСТІ БІЗНЕСУ.....	106
Віннікова І.І., Марчук С.В. КІБЕР-РИЗИКИ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ СУЧАСНИХ РИЗИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ.....	110
Махмудов Х.З., Коваленко М.В., Горбатюк Л.М., Чапляньська В.С. РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	115
Державська А.В., Круш П.В. ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ.....	119
Drokina N.I. ESSENTIAL DIGITAL MARKETING TOOLS ACROSS THE RACE PLANNING FRAMEWORK.....	124
Кушнір Т.М. ОБґРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ ЗАКУПІВЕЛЬ НА РИНКАХ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.....	133
Левченко Я.С. РОЗРОБЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ.....	138
Лищенко М.О., Бойко І.Ю., Білоус В.А. ОБґРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: АСОРТИМЕНТ – ЯКІСТЬ – ЦІНА	144
Макаренко Н.О., Скляренко А.С. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	152
Михайлова О.С., Чухліб В.Є. СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	158
Пономаренко І.В., Губань К.Ф. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ СИСТЕМ Е. ГОЛДРАТТА В КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ.....	163
Пчелинська Г.В. ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ ПОКАЗНИКІВ СУТТЄВОСТІ В УПРАВЛІННІ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	168
Солодовник М.С., Хринюк О.С. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК МЕТОД УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ.....	172
Трішкіна Н.І. МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ЛАНЦЮГА.....	176
Фещур І.В. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	181
Хлівна І.В., Ліхоносова Г.С. ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	187

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Мазун В.К., Янчук В.І. ОСОБЛИВОСТІ ОБ'ЄДНАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ.....	192
Онопрієнко І.М., Смовський Д.В. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІСОВОЇ ГАЛУЗІ.....	197

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Сардак С.Э., Суханова Д.Ю. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ БЕЗОПАСНОСТІ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ.....	203

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Боровик П.М., Колотуха С.М., Костенко С.С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ НА РІВНІ МУНІЦИПАЛЬНИХ БЮДЖЕТІВ....	210
Гаак Н.В., Десятерик К.М., Островерхова О.І. ОСОБЛИВОСТІ АМОРТИЗАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ.....	215
Герасимюк П.В. ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЮ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ.....	222
Гносвий В.Г., Резяпов К.І. РОЛЬ ФОНДОВОГО РИНКУ В ІНФРАСТРУКТУРНІМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ.....	228
Повод Т.М., Остапенко А.С. КРАУДФАНДИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНЕ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ.....	235
Сороківська З.К. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ БАНКУ.....	241
Яворський С.В. РОЛЬ ФІНАНСОВОГО СКЛАДНИКА СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В ТРАДИЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	246

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Глухова В.І., Хоменко Л.М., Яценко Н.М. СУТНІСТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	254
Кравчук Т.В., Височина А.В. АНАЛІЗ МЕТОДІВ РОЗРАХУНКУ СТАВКИ ДИСКОНТУВАННЯ ПІД ЧАС КОРЕКТНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTІ ЗА СПРАВЕДЛИВОЮ ВАРТІСТЮ.....	258
Панкратова Л.А., Ратушна О.П., Макушок О.В. ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ СТРУКТУРАХ.....	262

СТАТИСТИКА

Пономаренко І.В., Бойко Д.Ю. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ.....	267
Шемчук М.Ю. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ЗВІТНОГО ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО БАЛАНСУ УКРАЇНИ ЗА 2015–2017 РОКИ ТА ЗА І ПІВРІЧЧЯ 2018 РОКУ.....	271

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Горбачук В.М., Кирилук В.С., Неботов П.Г. ПОКВАРТАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ І ЦІЛЬОВОЇ СТРУКТУРИ ЕКСПОРТУ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ У 2017–2018 РР.....	275
Кузьміна О.М. АКТУАЛІЗАЦІЯ ФОРМУВАННЯ ЄДИНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ.....	289
Фесенко В.В. ТРАНСФЕРТНІ РІЗНИЦІ В КОНТРОЛЬОВАНИХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЯХ ПІДПРИЄМСТВА.....	293

Електронне наукове фахове видання

СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

Випуск 5 (16) 2018

Коректура • *Л.М. Петрушевський*

Комп'ютерна верстка • *В.О. Удовиченко*

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