ISSN 2304-0920

ODESA NATIONAL UNIVERSITY HERALD
Volume 22. Issue 9(62). 2017
SERIES
ECONOMY

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
Том 22. Випуск 9(62). 2017
СЕРІЯ
ЕКОНОМІКА

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
Odesa I. I. Mechnikov National University

ODESA NATIONAL UNIVERSITY HERALD

Series: Economy

Scientific journal
Published twelve times a year
Series founded in July, 2006

Volume 22. Issue 9(62). 2017

Odesa
2017

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Науковий журнал
Виходить 12 разів на рік
Серія заснована у липні 2006 р.

Том 22. Випуск 9(62). 2017

Одеса
2017

Засновник: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Редакційна колегія журналу:

І. М. Коваль, д-р політ. наук (*головний редактор*), **В. О. Іваниця,** д-р біол. наук. (*заступник головного редактора*), **С. М. Андрієвський,** д-р фіз.-мат. наук, **Ю. Ф. Ваксман,** д-р фіз.-мат. наук, **В. В. Глєбов,** канд. іст. наук, **Л. М. Голубенко,** канд. філол. наук, **Л. М. Дунаєва,** д-р політ. наук, **В. В. Заморов,** канд. біол. наук, **О. В. Запорожченко,** канд. біол. наук, **О. А. Іванова,** д-р наук із соц. комунікацій, **В. Є. Круглов,** канд. фіз.-мат. наук, **В. Г. Кушнір,** д-р іст. наук, **В. В. Менчук,** канд. хім. наук, **М. О. Подрезова,** директор Наукової бібліотеки, **Л. М. Солдаткіна,** канд. хім. наук, **В. І. Труба,** д-р юрид. наук, **В. М. Хмарський,** д-р іст. наук, **О. В. Чайковський,** канд. філос. наук, **Є. А. Черкез,** д-р геол.-мінерал. наук, **Є. М. Черноіваненко,** д-р філол. наук.

Редакційна колегія випуску:

О. В. Горняк, д-р екон. наук *(науковий редактор)*, **А. Г. Ахламов,** д-р екон. наук, **Л. М. Алексеєнко,** д-р екон. наук, **В. Д. Базилевич,** д-р екон. наук, **Б. І. Валуєв,** д-р екон. наук, **Л. Х. Доленко,** канд. екон. наук, **В. І. Захарченко,** д-р екон. наук, **Г. М. Давидов,** д-р екон. наук, **А. П. Наливайко,** д-р екон. наук, **О. В. Садченко,** д-р екон. наук, **З. М. Соколовська,** д-р екон. наук, **А. О. Старостіна,** д-р екон. наук, **В. М. Степанов,** д-р екон. наук, **С. А. Циганов,** д-р екон. наук, **В. М. Мельник,** д-р екон. наук, **С. О. Якубовський,** д-р екон. наук, **Олег Курбатов,** д-р менеджменту (Університет Париж-XIII (Франція)), **Ян Чемпас,** д-р економіки (Економічний університе в Котовіце (Польща)), **Ду Чуньбу**, д-р філософії в галузі економіки, науковий співробітник (Центральний університет фінансів і економіки (Китай), **Л. А. Родіонова,** канд. екон. наук (НДУ «Вища школа економіки»), **І. А. Ломачинська,** канд. екон. наук *(відповідальний редактор)*.

Editorial board of the journal:

I. M. Koval, (*Editor-in-Chief*), **V. O. Ivanytsia,** (*Deputy Editor-in-Chief*), **S. M. Andriievskyi, Yu. F. Vaksman, V. V. Hliebov, L. M. Holubenko, L. M. Dunaieva, V. V. Zamorov, O. V. Zaporozhchenko, O. A. Ivanova, V. Ye. Kruhlov, V. G. Kushnir, V. V. Menchuk, M. O. Podrezova, L. M. Soldatkina, V. I. Truba, V. M. Khmarskyi, O. V. Chaikovskyi, Ye. A. Cherkez, Ye. M. Chernoivanenko.**

Editorial board of the series:

O. V. Gornyak, A. G. Ahlamov, L. M. Alekseienko, V. D. Bazylevich, B. I. Valuev, L. H. Dolenko, V. I. Zaharchenko, G. M. Davydov, A. P. Nalyvaiko, O. V. Sadchenko, Z. M. Sokolovska, A. O. Starostina, V. M. Stepanov, S. A. Tsyganov, V. M. Melnyk, S. O. Yakybovskiy, Oleg Curbatov, Jan Czempas, Du Chunbu, L. A. Rodionova, I. A. Lomachynska

© Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова, 2017

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1
СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

ЦІХАНОВСЬКА В. М., ЛОГОША Р. В.
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВИХ АГРАРНИХ РИНКІВ 8

ШОЛОМ А. С.
УКРАИНА В СИСТЕМЕ МНОГОСТОРОННЕЙ ТОРГОВЛИ ГАТТ/ВТО 12

ЯКУБОВСКИЙ С. А., СИДОРОВА Ж. А.
УСТОЙЧИВОСТЬ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ СТРАН ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ 16

РОЗДІЛ 2
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

СЕРЖАНОВ В. В.
УМОВИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ «НОВОГО ПОКОЛІННЯ» 22

СКОРОХОД І. П., КОНЄВА І.
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ 26

ШЕМАЄВ В. В.
ДОСВІД ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ ЩОДО РОЗБУДОВИ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ВИСНОВКИ ДЛЯ УКРАЇНИ 30

ЩЕРБІНА В. В.
ОЦІНКА МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ 34

РОЗДІЛ 3
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ПЕТРЕНКО В. С., КАРНАУШЕНКО А. С.
РОЗВИТОК СПІЛЬНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ 42

САЄНСУС М. А.
АУТСОРСИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ 46

СЕМЕНЧУК А. О.
СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ СИСТЕМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ 50

СКУПЕЙКО В. В.
ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА МЕЗО- І МАКРОРІВНІ 54

СТАРИНЕЦЬ О. Г.
СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ 58

СТУКАН Т. М.
ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ 64

ТРІШКІНА Н. І.
МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАТОРИ В СИСТЕМІ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ЛАНЦЮГА 69

ТРУТ О. О.
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАУКОВИХ КАТЕГОРІЙ «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» ТА «ЕФЕКТИВНІСТЬ» 73

ХМАРСЬКА І. А.
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ РІЗНИХ РІВНІВ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН 77

ЧУКУРНА О. П.
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ 82

РОЗДІЛ 4
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

МАРГІТА Н. О., МАРГІТА М. В.
ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ 87

СЕМЕЦЦУК Т. В.
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ НАДХОДЖЕНЬ РЕНТНИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА СПЕЦІАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ 92

РОЗДІЛ 5
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

ПРИЯТЕЛЬЧУК О. А.
СОЦІАЛЬНА РИНКОВА ЕКОНОМІКА ЯК МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ 97

РОЗДІЛ 6
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

РУБАНОВ П. М.
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОДЕЛЕЙ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ 101

ФЕДИШИН М. П., ЛИСЕНКО Н. А.
ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ВАЛЮТНОЇ ПОЛІТИКИ 106

ЧЕРЕДНИК В. А.
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ШКІЛЬНИХ ОКРУГІВ В УКРАЇНІ 110

ШЕВЦОВА О. Й., БОНДАР Є. І.
СТРАХОВИЙ РИНОК: УПРАВЛІНСЬКІ ТА РЕГУЛЯТОРНІ АСПЕКТИ СТІЙКОСТІ І ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ 115

РОЗДІЛ 7
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

КУЗНЕЦОВА С. О., КОВАЛЕНКО А. С.
ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ 119

МОЦЕНСЬКИЙ С. Г.
РЕЛЕВАНТНІСТЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ 122

РОЗДІЛ 8
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

ЛОБОДА О. М., КИРИЧЕНКО Н. В., ЛАРЧЕНКО О. В.
МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РІЗНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ 127

ТКАЧЕНКО І. С., БАКАЛОВА Н. М.
МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ СКЛАДАННЯ СТРАХОВОГО ПОЛІСУ.....132

НАШІ АВТОРИ.....135

РОЗДІЛ 1
СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.9:338.43

Ціхановська В. М.
Логоша Р. В.
Вінницький національний аграрний університет

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВИХ АГРАРНИХ РИНКІВ

У статті проведено маркетингове дослідження сучасного розвитку світових аграрних ринків. Досліджено сучасну товарну структуру світового експорту та імпорту продукції АПК. Визначено і проаналізовано сучасні тенденції розвитку світових аграрних ринків. Проведено оцінку діяльності держави в розвитку експортних відносин у зарубіжних країнах світу. Визначено напрями розвитку світових аграрних ринків на найближчу перспективу.
Ключові слова: аграрний ринок, продукція агропромислового комплексу, експорт, імпорт.

Постановка проблеми. Ефективний розвиток вітчизняного АПК є пріоритетним напрямом розвитку національної економіки України. Проблеми розвитку ринку аграрної продукції перебувають у центрі уваги як науковців, так і політичних сил, особливо зі зростанням цін на продовольство в умовах вільного ринкового ціноутворення на нього. Зміни в торговельній політиці зарубіжних країн світу впливають на торговельні відносини і на розвиток вітчизняного і світових аграрних ринків.

У зарубіжних країнах маркетингові дослідження світових аграрних ринків давно набули популярності, а їх результати успішно використовують у господарській діяльності підприємств АПК. У сучасних умовах глобалізації розвинуті країни світу мають практично необмежені можливості для стимулювання свого експорту та імпорту потрібної їм сировини і деяких готових виробів, тому перед вітчизняними виробниками аграрної продукції постає потреба ефективнішого використання принципів міжнародної маркетингової діяльності для підвищення рівня конкурентоспроможності на світових аграрних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання маркетингових досліджень аграрних ринків висвітлено у працях вітчизняних учених-аграрників В.Г. Андрійчука, В.І. Бойка, Г.М. Калетніка, М.Я. Месель-Веселяка, О.В. Мороза, П.Т. Саблука, О.Г. Шпикуляка, А.А. Шпичака. Прикладним аспектам маркетингового аналізу світових ринків аграрної продукції присвячено праці В.В. Власова, В.І. Губенка, М.Я. Дем'яненка, С.М. Кваші, В.П. Саблука, Б.К. Супіханова, Б.Й. Пасхавера, В.В. Юрчишина та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Важливим завданням в умовах глобально-трансформаційних змін є змістовне проведення маркетингових досліджень світових аграрних ринків і визначення місця України на них.

Мета статті полягає у проведенні маркетингових досліджень світових аграрних ринків та вивченні структури світового експорту та імпорту продукції АПК.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даному етапі світова економіка характеризується подальшим поглибленням глобалізаційних процесів. Те ж саме можна сказати і про сільське господарство, яке є її невід'ємною частиною. Особливо слід відзначити встановлення й укріплення тенденції, за якою одні країни є провідними виробниками, а отже, і постачальниками аграрної продукції, тоді як інші є її споживачами і, відповідно, імпортерами. За таких умов для України вкрай важливо визначити своє місце та пріоритетні завдання на світовому аграрному ринку. Для цього необхідно проаналізувати можливості вітчизняного сільського господарства з погляду його конкурентоздатності на світовому ринку. На підставі такого дослідження можна дати рекомендації для проведення власної зовнішньоторговельної політики, яка найбільше підходить для нашої країни.

Під час дослідження проблемних питань формування кон'юнктури світових аграрних ринків доцільно розглядати і засади розвитку сільського господарства у різних регіонах світу, враховуючи вплив комплексу природних, економічних, науково-технологічних, соціальних та інших чинників. Водночас труднощі з подоланням наслідків соціально-економічної кризи в сільському господарстві вимагають посилення та зміцнення зовнішньоторговельного складника у стратегічному розвитку аграрної економіки. У перспективі зовнішня економічна діяльність України спрямовуватиметься на подальшу інтеграцію у світове господарство, досягнення експортно-імпортної збалансованості економіки, послідовну перебудову товарної структури експорту та імпорту, створення стабільного експортного потенціалу, запровадження сучасних форм економічної співпраці з країнами світу [1, с. 6].

Актуальність проведення маркетингового дослідження світових аграрних ринків в умовах глобалізації підвищилася внаслідок формування у світі глобальної продовольчої кризи, яку в нинішньому періоді розвитку світової економіки і конкретних можливостей задоволення потреб населення у продовольстві в багатьох районах планети неможливо подолати без постачання на світовий ринок аграрної продукції з тих країн, які мають ресурси для виробництва її над потребами свого населення, як то має Україна в галузі рослинництва.

Розвинуті країни світу широко використовують маркетингові дослідження ринків аграрної продукції. Ці країни різноманітними методами захищають аграрні підприємства від іноземної конкуренції за допомогою субсидування національного

© Ціхановська В. М., Логоша Р. В., 2017

аграрного бізнесу та використання митних тарифів і нетарифних засобів. Проте країни з перехідною економікою та країни, що розвиваються, не можуть субсидувати національні аграрні підприємства для захисту, тому що є нижчими за рівнем економічного розвитку.

Маркетингові дослідження світових аграрних ринків передбачають визначення обсягів світового виробництва аграрної продукції, обсягів експорту та імпорту, особливостей географічної та товарної структур експорту та імпорту ринків аграрної продукції.

Важливим завданням в умовах сучасних глобально-трансформаційних змін є проведення маркетингових досліджень світових аграрних ринків, що за сучасного ведення бізнесу полегшить координацію діяльності в умовах міжнародної диверсифікації, дасть змогу вносити зміни до маркетингових програм, швидко реагувати на запити ринку, знаходити оптимальні способи проникнення на міжнародні ринки та формувати власну систему показників для обґрунтування управлінських рішень [2, с. 66].

Маркетингові дослідження сучасного розвитку світових аграрних ринків здійснені за статистичними даними ФАО та ОЕСР за обсягами виробництва, експорту, імпорту, споживання аграрної продукції, а також аналітичні матеріали щодо агарної політики та законодавства в країнах і регіонах.

Головною особливістю розвитку світового ринку в останні понад тридцять років минулого століття і на початку нинішнього є стрімке зростання обсягів торгівлі. Загальний обсяг експорту за 1970–2016 рр. зріс із 315,9 до 1 4346,1 млрд. дол. США, або у 45,4 рази. При цьому перші десять років аналізованого періоду характеризуються надто стрімким зростанням обсягів – у середньому на понад 170 млн. дол. США щорічно, або у цілому вони зросли у 6,4 рази. Протягом другого десятиліття середньорічне зростання зменшилося до 146 млн. дол. США, протягом третього і четвертого обсяги експорту зросли більше ніж у два рази – до 294 млн. дол. США, а початок третього тисячоліття, коли процеси глобалізації прискорилися, зумовив потроєння середньорічного зростання обсягів експорту – понад 1 трлн. дол. за рік. При цьому якщо за 1970–2000 рр. обсяги експорту продукції АПК зросли на 359,3 млрд. дол. США, то за 16 років поточного століття – вже на 612,2 млрд. дол. США [3].

Особливістю періоду є й те, що темпи зростання обсягів експорту країн, що розвиваються, у цілому перевищили темпи розвинутих країн – зростання відповідно у 85,6 і 36 разів, що зумовило підвищення питомої ваги цієї категорії країн у світі з 19,2% до 37,5% за зменшення питомої ваги розвинутих країн із 71,2% до 58,6%. Але слід ураховувати, що чисельність населення бідних країн перевищує населення розвинутих більше ніж у 3,7 рази. Це зумовлює значну різницю в обсягах експорту на одну особу. Якщо в розвинутих країнах у 2015 р. ця величина становила понад 4 800 дол. США, то в бідних – лише близько 640 дол. США.

Другою особливістю періоду є надзвичайно стрімкий розвиток країн Азіатського континенту, насамперед Східної Азії, де пануюча роль належить Китаю. Так, якщо Азія у цілому збільшила обсяги експорту в 146,6 рази, то Східна Азія – у 152,9 рази, а Китай – майже у 530 разів [3].

Третьою особливістю періоду є падіння значення таких потужних об'єднань, як ЄС-15, питома вага якого у світі зменшилася з 40,7% у 1970 р. до 30,9% у 2016 р., і NAFTA – з 19,2% до 15,1%.

Четвертою особливістю є хронічне відставання найбідніших країн світу. Природно, завдяки загальносвітовому зростанню обсягів торгівлі експорт цих країн також збільшився, але лише у 14,2 рази проти 86,1 рази по всіх бідних країнах. При цьому питома вага експорту найбідніших країн світу до світових обсягів зменшилася з 1,6% у 1970 р. всього до 0,8% у 2016 р., а в межах угрупування бідних країн ця величина відповідно змінилася з 8,2% до 1,2%.

Подібні тенденції зберігаються й у сфері імпорту товарів. Але слід зазначити деякі відмінності.

По-перше, імпорт розвинутих країн протягом усього періоду, що аналізується, перевищував їх експорт. І це перевищення має чітку тенденцію до зростання – 11,2 млрд. дол. США у 1970 р., 143,4 млрд. – у 1980 р., 381 млрд. – у 2000 р. і 912,9 млрд. дол. США у 2016 р.

По-друге, у бідних країнах абсолютно протилежна тенденція. Якщо в 1970 р. їхній імпорт, як і в розвинутих країнах, перевищував експорт (хоча й не набагато – 1,5 млрд. дол. США), то в 1980 р. експорт уже перевищив імпорт на 101,1 млрд. дол. США, у 2000 р. – на 133 млрд. і у 2016 р. – на 235,2 млрд. дол. США [3].

По-третє, найбідніші країни світу хронічно імпортують товарів більше, ніж експортують. Окрім того, якщо експорт цієї групи країн зріс за 47 років у 15,1 рази, то імпорт – у 71,5 рази.

П'ятою особливістю розвитку світової торгівлі є нарощування обсягів торгівлі послугами. При цьому якщо обсяги торгівлі товарами за 1980–2016 рр. зросли у 6,9 рази, то обсяги торгівлі послугами – у 9,1 рази.

Природно, що левова частка в торгівлі послугами припадає на розвинуті країни – понад 70%, але існує досить чітка тенденція до поступового зростання питомої ваги країн, що розвиваються, – з 18,33% у 1980 р. до 27,8% у 2016 р.

Водночас помітна різниця між регіонами планети: зростання питомої ваги Азіатських країн за незначному – країн Африки та Латинської Америки. Що стосується найбідніших країн світу, то за мізерної питомої ваги в 1980 р. – 0,61% світових обсягів через 37 років вона знизилася аж до 0,13%.

Головна різниця полягає у тому, що розвинуті країни експортують послуг більше, ніж імпортують, а бідні країни – навпаки.

Крім того, потрібно зазначити такі характерні особливості:

- серед розвинених держав виділяється потужне об'єднання європейських країн – ЄС-15;
- на противагу періоду 1950–1990 рр. намітилася тенденція до скорочення обсягів внутрішньої торгівлі між розвиненими країнами за посилення ними імпорту з бідних країн;
- простежується превалювання темпів зростання обсягів торгівлі над темпами зростання ВВП;
- експорт усе більше визначає обсяги виробництва товарів у цілому і конкретних товарів зокрема, впливаючи на розвиток виробництва в окремих регіонах і країнах світу;
- відбувається зростання відкритості економік як на регіональному рівні, так і по окремих країнах із різним рівнем розвитку.

Разом із тим намітилася тенденція до поступового скорочення торгівлі розвинутих країн між собою. Хоча обсяги торгівлі розвинутих країн між собою залишаються занадто високими для сучасних умов глобалізації світової економіки, але саме розвиток світової економіки, зокрема економіки бідних регіонів планети, примушує розвинуті кра-

їни виходити на їхні ринки. Наприклад, у 1990 р. ЄС-15 експортував 83,6% своїх товарів до розвинутих країн, включаючи 67,3% торгівлі в межах самого об'єднання. У 2016 р. ці показники змінилися до 80,2% і 65,2%. Якщо порівняти дані по всіх розвинутих країнах (без нових країн – членів ЄС), то питома вага їх внутрішнього експорту у 1990 р. становила 77,8%, а в 2016 р. знизилася до 73,9%, тобто більше ніж то відбулося в обсягах торгівлі між країнами ЄС. Зумовлено це тим, що такі потужні експортні держави, як США, Канада, Японія, Австралія, значну частину свого експорту (до 40%) спрямовували у бідні країни переважно свого регіону. При цьому всі вони скоротили питому вагу обсягів експорту до країн ЄС-15, а Канада взагалі експортувала до ЄС-15 у 2015 р. лише 6,7% її загального експорту.

Що стосується країн – нових членів ЄС, то якщо в деяких спостерігається зростання питомої ваги експорту в межах ЄС-25 (Кіпр, Мальта), то в інших восьми країнах, навпаки, питома вага знижується. Цікаво також те, що знижується питома вага експорту країн – нових членів ЄС і на ринках розвинутих країн, що свідчить про поширення географії їх експорту на регіони з бідними країнами.

Слід також зазначити наявність тенденції до посилення імпорту розвинутими країнами з бідних країн. Так, якщо країни ЄС-15 у 1990 р. імпортували з бідних країн 17,3% загального обсягу імпорту цього угрупування (внутрішній імпорт по групі розвинутих країн – 82,7%), то в 2016 р. питома вага імпорту з бідних країн зросла до 23,7%, або відповідно з 265,3 млн. до 772,5 млн. дол. США, тобто у 2,8 рази проти дворазового зростання імпорту в межах розвинутих країн.

Найбільші обсяги імпорту з країн, що розвиваються, здійснюють США та Японія, і така тенденція значно посилюється. Якщо в 1990 р. США імпортували з бідних країн 40,3% свого загального експорту, або 208,3 млн. дол. США, то в 2016 р. – вже 56,2%, або 811,1 млн. дол. США, Японія – відповідно 51,5% і 117,9 млн. дол. США та 66,1% і 302,1 млн. дол. США. Обсяги імпорту цих двох розвинутих країн зросли: США – у 2,7 рази, Японія – лише на 34,8%, тоді як імпорт із бідних країн зріс відповідно у 4,2 і у 2,9 рази.

Щодо нових членів ЄС, то за деякого зниження питомої ваги імпорту з розвинутих країн у цілому питома вага їх імпорту в межах ЄС-15 зросла достатньо помітно – з 42,6% до 47,8%.

Таким чином, на арені світової торгівлі спостерігається чітка тенденція до поступового зменшення питомої ваги торгівлі товарами і зростання торгівлі послугами.

Аналіз кон'юнктури світових ринків свідчить, що за нарощування обсягів експорту продукцією АПК із 233,7 млрд. дол. США у 1980 р. до 943,6 млрд. дол. США у 2016 р. питома вага аграрної продукції у світових обсягах експорту товарів зменшилася відповідно з 11,5% до 6,1%. При цьому якщо обсяги торгівлі продукцією АПК за 20 років (1980–2000 рр.) зросли на 187,5 млрд. дол. США, то за 16 років поточного століття – на 541,5 млрд. дол. США.

Головним експортером аграрної продукції у світі є Європейський Союз, який збільшив обсяги експорту з 1980 по 2016 р. з 88,7 до 462,5 млрд. дол. США, або в 5,2 рази проти 3,8 рази світових, довівши свою питому вагу на експортному ринку до 45,7% у 2016 р. проти 37,9% у 1980 р.

Зазначимо також, що підсилилася імпортозалежність бідних країн від розвинутих (більшість розвинутих країн залишаються найбільшими виробниками продукції АПК). Розвиток ринків показав, що випереджаючим на світовому рівні є зростання обсягів експорту продукції переробної промисловості над експортом аграрної сировини.

Аналіз географії експорту основних виробників аграрної продукції за тенденції до її поширення водночас має спрямованість на встановлення міцних зв`язків із великими імпортерами відповідних товарів. При цьому основні виробники аграрної продукції значно відрізняються між собою не тільки за обсягами експорту конкретних товарів АПК, а й географією її експорту, яка різна для різних товарів.

Моніторинг динаміки змін обсягів торгівлі на світовому та регіональному рівнях, а також по угрупованнях країн із різним рівнем економічного розвитку засвідчив такі результати:

– обсяги експорту зерна у світі зросли з 81 до 313 млн. т за збільшення його розвиненими країнами у 3,1 рази, а тими, що розвиваються, – у понад вісім разів. Основними експортоформуючими регіонами є Північна Америка, ЄС та Океанія. Останніми роками середньосвітова ціна на зерно підвищується;

– основними постачальниками картоплі є Північна Америка та Західна Європа, де обсяги ринку становлять 3,8 та 13,0 млн. т відповідно за наявності стрімкого зростання цін на цю продукцію з 51,7 дол./т у 1961 р. 74,1 дол./т у 1970 р., 184,8 – у 1980 р., 228,4 – у 1999 р. і до 256 дол./т у 2015 р.;

– стрімко нарощуються темпи експорту цукру розвиненими країнами. Якщо останні збільшили виробництво цукру у 2,3 рази, а країни, що розвиваються, – у 3,5 рази, то перші підвищили питому вагу експорту з 22,1% до 35,1%, а другі, навпаки, зменшили частку з 38,4% до 24,3%, що свідчить про значне зростання споживання цукру населенням бідних країн.

Зростання виробництва м'яса у цілому в 3,7 рази зумовило прискорене збільшення обсягів його експорту – у понад дев'ять разів.

Співставленням змін обсягів експорту окремих товарів АПК країнами з різним рівнем економічного розвитку з'ясовано, що з 24-х товарних позицій розвинених країн на світовому ринку посилилися лише вісім: свіжі та консервовані овочі, фрукти, горіхи, живі тварини на забій, безалкогольні напої, бавовна, кофе та вовна. По всіх інших видах товарів зросла питома вага країн, що розвиваються, і найбільш помітно по м'ясу – з 13,1% до 17,8%, молоку та вершках – з 4,5% до 11,5%, насінню олійних культур – з 28,1% до 41,0%, кукурудзі – з 21,2% до 31,9% та рису – з 63,7% до 74,1%.

Проведений аналіз підтвердив, що в кожному регіоні нашої планети є лідируючі країни у сфері сільського господарства. Як правило, вони є одночасно найбільшими виробниками та експортерами аграрної продукції. Отже, у Північній Америці – США, Канада, Мексика; у Південній Америці – Бразилія, Аргентина; у зоні Океанії – Австралія; в Африці – Єгипет, Алжир, ПАР, в Азії – Китай, Індія, Японія; в Європі (ЄС) – Великобританія, Франція, Німеччина, Італія; серед країн колишнього СРСР – Росія, Україна, Казахстан.

Незважаючи на оптимістичні результати експорту вітчизняної аграрної продукції, існують перешкоди для прискореного нарощування темпів експорту та завоювання світових аграрних ринків. Експерти виокремлюють низку факторів, що гальмують зростання

експортних поставок. Так, гібридна війна з Росією позбавила вітчизняних виробників аграрної продукції експорту не лише в РФ, що була головним імпортером цієї продукції, а й суттєвої частки ринку країн СНД через неможливість транзиту. Недостатньо дієва та вибіркова підтримка державою виробників аграрної продукції на ланцюжку створення експортної продукції породжує складності в діяльності для кінцевих експортерів та спонукає їх до залучення тіньових схем експорту.

Недосвідченість та недостатня поінформованість вітчизняних експортерів аграрної продукції не дають їм змоги достойно протистояти конкурентам в боротьбі на світових аграрних ринках, хоча у цьому плані вже намітилися суттєві зрушення.

Крім того, відсутність загальноприйнятних і загальновизнаних методик поведінки на світових аграрних ринках вітчизняних експортерів аграрної продукції створює складну наукову проблему, яка знижує ефективність зовнішньоекономічної діяльності. У сучасній економічній літературі недостатньо ґрунтовних теоретико-методологічних розробок, які б розглядали напрями та інструментарії посилення ринкових позицій України на світових аграрних ринках.

Будь-яка експортна діяльність повинна спиратися на маркетингові основи і розробляти свою стратегію і тактику. На особливу увагу заслуговує ідея розроблення і втілення бренду Made in Ukraine. Розмови про цей бренд та його впровадження ведуться давно, але реального бачення конкретної концепції не спостерігається. Просування експортної аграрної продукції із цим брендом дало б змогу створити позитивний імідж країни як надійного партнера в торговельних стосунках. Необхідно проводити спільну роботу зацікавленого бізнесу і держави щодо розроблення та просування цього бренду, а також активізувати участь цього бренду в різних міжнародних виставках, форумах, конференціях, щоб показати споживачам, що українські товари вже є на світових ринках [4, с. 247].

Особливу роль у розвитку експортних відносин має відігравати держава, яка визначає правила гри для суб'єктів аграрного ринку і для експорту зокрема.

На сучасному етапі ринкових перетворень в Україні аграрний сектор в економіці держави є особливою галуззю, тому що його розвиток впливає на рівень і якість життя людей. На цьому етапі особливої актуальності набуває розроблення наукових положень державного регулювання аграрного виробництва відповідно до ринкових умов. У розвитку аграрного сектора особливе місце посідає саме держава, яка, своєю чергою, має проводити галузеву реформу і формувати умови для прибуткового виробництва сільськогосподарської продукції [5, с. 48].

У розвинутих країнах із сильними державними інститутами, функціонують державні органи з підтримки експорту або ж ці функції покладаються на профільні органи влади та підпорядковані їм установи. На рівні держави мають бути розроблені галузеві програми стимулювання розвитку експорту на коротко- і довгострокову перспективу. У країнах ЄС механізм регулювання розвитку виробництва аграрної продукції функціонує за допомогою принципу захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції. Незважаючи на взятий курс лібералізації, рівень митно-тарифного захисту внутрішнього продовольчого ринку в країнах ЄС значно вищий, аніж вітчизняний [6, с. 58].

Особливу увагу необхідно приділяти підвищенню обізнаності у відповідних напрямах аграрного експорту, а також уміло використовувати маркетингові механізми у відстоюванні національних позицій та інтересів у рамках міжнародного співробітництва країн ЄС або міжнародних торговельних організацій. Це є невід'ємною частиною маркетингової політики комунікацій щодо просування експорту аграрної продукції й закріплення позицій на нових аграрних ринках.

Основним завданням маркетингу продукції АПК на світових аграрних ринках повинно стати підтримання і підвищення значної прибутковості для виробників аграрної продукції, а це означає, що необхідно мінімізувати посередників під час виведення продукції на міжнародні ринки. При цьому жорстка конкуренція на світових аграрних ринках вимагає беззаперечного дотримання всіх вимог щодо якості продукції, що поставляється.

Висновки. На основі проведених досліджень було виявлено загальну тенденцію до зростання обсягів виробництва аграрної продукції, кількості населення та цін, а також можливу появу нових потужних гравців на світових аграрних ринках. Це свідчить про те, що відбувається процес інтенсифікації формування глобальної продовольчої системи. Проте на світові аграрні ринки постійно впливають неконтрольовані фактори, одними з яких є зростання цін на аграрну продукцію, що спричинено неврожаєм у головних країнах-експортерах, підвищення платоспроможного попиту на продовольство великої групи країн, що розвиваються, розвиток галузі біопалива.

Протягом останніх років вітчизняний ринок аграрної продукції демонструє зростання всупереч складній політико-економічній ситуації в Україні. Проте попри певні успіхи вітчизняна галузь сільського господарства потребує постійної фінансової підтримки виробників, упровадження передових технологій виробництва аграрної продукції, дотримання міжнародної системи якості та розширення партнерства між світовими ринками.

Список використаних джерел:

1. Волкова І.М. Кон'юнктура та перспективи світових аграрних ринків : [монографія] / І.М. Волкова, О.М. Варченко, В.Є. Данкевич [та ін.] ; за ред. Т.О. Зінчук. – К. : Центр учб. літ-ри, 2013. – 672 с.
2. Ковінько О. Міжнародні ринки аграрної продукції / О. Ковінько // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2016. – № 2. – С. 65–76.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.fao.org/faostat/ru/#data.
4. Шумейко В.М. Маркетингові аспекти експорту аграрної продукції / В.М. Шумейко // Збірник тез доповідей X Міжн. наук.-практ. конф. «Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу (29 вересня – 1 жовтня 2016 р.). – С. 246–247.
5. Логоша Р.В. Державне регулювання ринку овочів: стан, проблеми, шляхи вирішення / Р.В. Логоша // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2016. – Вип. 17. – Ч. 2. – С. 47–50.
6. Ціхановська В.М. Фінансові аспекти державного регулювання аграрного виробництва в країнах світу / В.М. Ціхановська // Інноваційна економіка. – 2012. – № 6. – С. 58–61.

Цихановская В. М.
Логоша Р. В.
Винницкий национальный аграрный университет

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВЫХ АГРАРНЫХ РЫНКОВ

Резюме
В статье проведено маркетинговое исследование современного развития мировых аграрных рынков. Исследована современная товарная структура мирового экспорта и импорта продукции АПК. Определены и проанализированы современные тенденции развития мировых аграрных рынков. Проведена оценка деятельности государства в развитии экспортных отношений в зарубежных странах. Определены направления развития мировых аграрных рынков на ближайшую перспективу.
Ключевые слова: аграрный рынок, продукция агропромышленного комплекса, экспорт, импорт.

Tsihanovska V. M.
Logosha R. V.
Vinnytsa National Agrarian University

MARKETING RESEARCH OF WORLD AGRICULTURAL MARKETS

Summary
The article deals with the marketing research of modern development of world agrarian markets. The present commodity structure of world exports and imports of agricultural products is investigated. The modern tendencies of development of the world agrarian markets are determined and analyzed. An assessment of the state's activities in the development of export relations in foreign countries. The directions of development of world agrarian markets for the near future are determined.
Key words: agrarian market, products of agro-industrial complex, export, import.

УДК 339

Шолом А. С.
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

УКРАИНА В СИСТЕМЕ МНОГОСТОРОННЕЙ ТОРГОВЛИ ГАТТ/ВТО

В статье рассматривается Украина как член системы многосторонней торговли ГАТТ/ВТО. Вступление Украины в ВТО являлось длительным процессом. Это позволило гармонизировать украинское законодательство в соответствии с международными стандартами. Однако многие институции были реформированы только формально. К тому же вступление Украины в ВТО произошло на фоне мирового кризиса. Все это привело к тому, что прогнозных показателей достичь не удалось. Тем не менее, присоединение Украины к системе многосторонней торговли стало первым этапом на пути к интеграции в западноевропейскую и мировую экономические системы.
Ключевые слова: Всемирная торговая организация (ВТО), Украина, интеграция, международная торговля, ассоциация, структура экспорта, структура импорта, региональные торговые соглашения (РТС).

Постановка проблемы. Присоединение к системе многосторонней торговли ГАТТ/ВТО стало первым этапом интеграции Украины в европейскую и мировую экономические системы. Следует отметить, что в 1993 г., на момент подачи Украиной заявки в ГАТТ – предшественницу ВТО, у государства практически отсутствовали внешнеторговые связи с членами ГАТТ, то есть высокоразвитыми странами. Однако за следующие десять лет Украине удалось значительно расширить географическую структуру внешней торговли. Вступление в ВТО и последующее подписание Соглашения об ассоциации между Украиной и Европейским Союзом призваны стать мощным стимулом к совершению структурных реформ. Обострение конкуренции между украинскими и иностранными производителями на отечественном и внешних рынках способствует перераспределению ресурсов от неэффективных устаревших производств в наукоемкие современные предприятия и отрасли. Следует отметить, что присоединение к системе многосторонней торговли ГАТТ/ВТО произошло на фоне мирового финансового кризиса, что не позволило выйти на прогнозируемые экспертами показатели роста. Украине еще предстоит найти свое место в мировой экономике, для чего необходимо проанализировать имеющиеся достижения и неудачи.

Анализ последних исследований и публикаций. Интерес к изучению процесса интеграции Украины в западноевропейские институциональные структуры постоянно растет, поэтому в последнее время появляется все больше научных работ, целью которых является исследование их потенциала для стимулирования роста ВВП и благосостояния населения. Среди ученых, занимающихся исследованием в этом направлении, следует выделить С. Беренду, Н. Гридчину, М. Кизима, І. Матюшенко, О. Мерченко, В. Мовчан; влиянием членства в системе ГАТТ/ВТО на развитие сельскохозяйственного сектора – Н. Демьяненко, Л. Кобута, И. Кошова, И. Ус, Л. Шемаева.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Существует необходимость в комплексной характеристике Украины и ее достижений в последние годы как члена ВТО, что будет способствовать реализации внешнеэкономической стратегии Украины и ее корректировке с учетом имеющихся слабых и сильных сторон.

© Шолом А. С., 2017

Цель статьи заключается в исследовании места и роли Украины в системе международной торговли как члена ВТО, а также преимуществ и недостатков ее интеграции в европейское и мировое экономическое пространство.

Изложение основного материала исследования. В последние десятилетия развитие международной торговли характеризовалось высокими темпами. По данным экспертов Всемирной торговой организации (ВТО), за период 2006–2016 гг. в целом по миру среднегодовые темпы роста физических объемов торговли товарами и услугами составили 3,4%, стоимостных – 5,4% (рис. 1). Доля мирового экспорта товаров и услуг в суммарном мировом ВВП достигла 34% у 2016 г. по сравнению с 20% в начале 1990-х годов [7]. И это во многом связано с расширением охвата государств системой многосторонней торговли ГАТТ/ВТО.

Рис. 1. Мировая торговля товарами и услугами в 2005–2017 гг.

Источник: [9]

После четырнадцати с половиной лет переговоров Украина стала полноправным членом ВТО в мае 2008 г. [9]. Длительный процесс переговоров позволил стране имплементировать многие необходимые изменения в собственное законодательство до непосредственного членства в системе ГАТТ/ВТО [7]. Всего за период с 2002 по 2008 г. было принято 68 законопроектов, непосредственно связанных с подготовкой к вступлению в ВТО. Наиболее продуктивным стал 2006 г., тогда в силу вступило целых 22 законопроекта, принятие которых обуславливало гармонизацию украинского законодательства (рис. 2).

Рис. 2. Количество законопроектов, принятых в Украине в связи с имплементацией права ГАТТ/ВТО в 2002–2008 гг.

Источник: [9]

Можно выделить следующие преимущества от присоединения к многосторонней системе ГАТТ/ВТО для Украины:

– интеграция в международную рыночную экономику;

– создание благоприятного климата для зарубежных инвестиций;

– более широкий выбор высококачественных товаров и услуг для украинских потребителей [6];

– упрощение процедуры соглашений о свободной торговле и региональных торговых соглашений, гармонизация национального законодательства в соответствии с международными стандартами [3];

– получение доступа к эффективному решению торговых споров с другими странами в рамках ВТО и создание системы координации между органами государственного управления, Секретариатом ВТО, импортерами, экспортерами, производителями, потребителями из Украины и международными субъектами (рис. 3).

Рис. 3. Схема координации между государствами в рамках системы многосторонней торговли ГАТТ/ВТО

Источник: [9]

По оценкам Института экономических исследований и политических консультаций (Украина), Копенгагенского экономического института (Нидерланды), Института восточноевропейских исследований (Германия), интеграция в систему ГАТТ/ВТО должна была обеспечить Украине дополнительные 2,6% роста ВВП в среднесрочном и 5,7% в долгосрочном периодах [8]. На протяжении переходного периода, до и после вступления в ВТО, Украиной были значительно снижены импортные тарифы, которые и сейчас продолжают снижаться [5] (рис. 4).

Экспорт товаров в 2016 г. составил 36,3 млрд. дол. США и уменьшился на 4,6% по сравнению с 2015 г. на 32,5% от объема 2014 г., импорт товаров – 39,2 млрд. дол., т. е. увеличился на 4,6% и уменьшился на 27,9%. Негативное сальдо внешней торговли составило 2,9 млрд. дол.

Рис. 4. Импортные тарифы Украины

Источник: [9]

На образование негативного сальдо больше всего повлияли такие группы товаров, как минеральные топлива, нефть и продукты ее перегонки, механические машины, средства наземного транспорта, кроме железнодорожного, пластмассы, полимерные материалы, фармацевтическая продукция, электрические машины [1].

Коэффициент покрытия экспортом импорта товаров в 2016 г. составил 0,93, услуг – 1,85.

Доля стран ЕС в экспорте Украины по сравнению с 2015 г. увеличилась и составила в 2016 г. 37,1% по сравнению с 30,07% в 2005 г. Также увеличилась доля стран Азии – на 7% и Африки – на 3%. Уменьшилась в 2016 г. по сравнению с 2005 г. доля стран СНГ – на 10%, Америки – на 3%. Неизменной осталась доля в экспорте Украины доля Австралии и Океании (табл. 1).

Таблица 1

Региональная структура экспорта товаров Украины

Регион	2005 г.		2016 г.	
	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)
Страны СНГ	10,53	30,77	7,81	20,47
Другие страны мира	23,70	69,23	30,32	79,53
Европа	10,88	31,79	13,25	34,75
Страны ЕС	10,29	30,07	13,02	37,10
Азия	8,58	25,06	12,38	32,47
Африка	2,39	6,99	3,80	9,98
Америка	1,83	5,35	0,79	2,06
Австралия и Океания	0,01	0,04	0,01	0,04

Источник: [1]

В товарной структуре в 2016 г. преобладали такие статьи экспорта: черные металлы (19,9% от общего объема), зерновые культуры (16,7%), жиры и масла животного или растительного происхождения (10,9%), руды, шлаки и зола (4,2%), механические машины (4,3%), семена и плоды масличных растений (3,9%). В последние годы основные позиции украинского экспорта остались практически неизменными.

Существенные экспортные поставки среди стран ЕС осуществлялись в Италию (черные металлы, зерновые культуры, жиры и масла животного или растительного происхождения) и Польшу (черные металлы, электрические машины, руды, шлак и зола) – по 5,2% от общего объема экспорта, Германию – 3,5% (электрические машины, одежда и принадлежности к одежде, текстильные, механические машины) и Испанию – 2,7% (зерновые культуры, жиры и масла животного или растительного происхождения, остатки и отходы пищевой промышленности) [1].

В 2016 г. увеличился экспорт таких товарных групп, как белый сахар, семена подсолнечника, железнодорожные и трамвайные вагоны, подсолнечное масло, пшеница, медицинские средства, лесоматериалы и чугун [1].

Доля стран ЕС в импорте Украины по сравнению с 2016 г. также увеличилась и составила в 2016 г. 43,7% по сравнению с 33,79% в 2005 г. Также увеличилась доля стран Азии – на 7%, Америки – на 3%, Австралии и Океании – на 0,25% и Африки – на 0,5%. Уменьшилась в 2015 году по сравнению с 2005 годом доля стран СНГ – на 20% (табл. 2).

Таблица 2

Региональная структура импорта товаров Украины

	2005 г.		2016 г.	
	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)
Регион	16,99	47,01	10,49	27,95
Страны СНГ	19,15	52,99	27,03	72,05
Другие страны мира	12,67	35,05	16,67	44,42
Европа	12,21	33,79	15,33	43,70
Страны ЕС	4,69	12,97	7,24	19,29
Азия	0,43	1,18	0,60	1,60
Африка	1,27	3,50	2,34	6,23
Америка	0,10	0,29	0,17	0,45

Источник: [1]

Наибольшие поступления среди стран ЕС осуществлялись из Германии – 10,6% от общего объема импорта (топлива минеральные, нефть и продукты ее перегонки, механические машины, средства наземного транспорта, кроме железнодорожного), Польши – 6,2% (минеральные топлива, электрические машины, пластмассы, полимерные материалы), Венгрии – 4,3% (топлива минеральные, нефть и продукты ее перегонки, электрические машины, пластмассы, полимерные материалы) и Италии – 2,6% (механические машины, пластмассы, полимерные материалы, фармацевтическая продукция) [1].

В товарной структуре импорта товаров Украины в 2016 г. преобладали такие статьи, как минеральные топлива, нефть и продукты ее перегонки (20%), механические машины (11,9%),

электрические машины (8,2%), средства наземного транспорта, кроме железнодорожного (7,2%), пластмассы и полимерные материалы (5,6%), фармацевтическая продукция (4,1%) [1].

Экспорт услуг в 2016 г. составил 9,9 млрд. дол. США и уменьшился на 1,3% от объема 2015 г. и на 14,3% от объема 2014 г., импорт услуг – 5,3 млрд. дол. США и уменьшился на 3,6% и на 16,4% соответственно [1]. На положительное сальдо внешней торговли услугами повлияли такие категории, как транспортные, телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги.

Доля стран ЕС в экспорте услуг Украины увеличилась в 2016 г. по сравнению с 2015 г. до 30,07%. Также увеличилась доля Азии – на 2%, Африки – на 0,35%, Америки – на 4%, Австралии и Океании – на 0,8%. Уменьшилась за последние десять лет доля стран СНГ – на 7% (табл. 3).

Таблица 3

Региональная структура экспорта услуг Украины

Регион	2005 г.		2016 г.	
	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)
Страны СНГ	2,82	43,70	3,54	36,41
Другие страны мира	3,32	51,51	6,19	63,59
Европа	1,87	29,03	3,52	36,17
Страны ЕС	1,77	27,44	2,93	30,07
Азия	0,59	9,21	1,12	11,51
Африка	0,07	1,12	0,15	1,49
Америка	0,48	7,40	1,13	11,65
Австралия и Океания	0,01	0,11	0,09	0,93

Источник: [1]

Доля стран ЕС в структуре импорта услуг за последние десять лет увеличилось в 49,78%. Доля всех регионов уменьшилась, больше всего – стран СНГ и Азии. В структуре импорта услуг преобладали транспортные услуги (20,9%), государственные и правительственные услуги (19,1%), услуги, связанные с финансовой деятельностью (15,8%), деловые (13,0%), услуги, связанные с путешествиями (10,8%), услуги в сфере телекоммуникации, компьютерные и информационные услуги (9,9%) (табл. 4).

Таблица 4

Региональная структура импорта услуг Украины

Регион	2005 г.		2016 г.	
	Доля (%)	Объем (млрд. дол. США)	Доля (%)	Доля (%)
Страны СНГ	0,51	17,31	0,84	15,20
Другие страны мира	2,43	82,46	4,68	84,80
Европа	1,22	41,48	2,75	49,78
Страны ЕС	1,30	44,19	2,75	49,79
Азия	0,46	15,72	0,85	15,41
Африка	0,03	0,98	0,04	0,71
Америка	0,39	13,31	0,61	11,04
Австралия и Океания	0,00	0,06	0,00	0,03

Источник: [1]

В последние годы основные позиции структуры экспорта услуг остались почти неизменными. В 2015 г. среди услуг, предоставленных Украине, значительную долю от общего объема экспорта традиционно занимали транспортные услуги (54,1%). На экспорт услуг в сфере телекоммуникации, компьютерные и информационные услуги приходилось 16,3%, услуги по переработке материальных ресурсов – 11,1%, деловые услуги – 8,4% [1].

В течение последних двадцати лет в мировой экономике проявилась и укрепляется тенденция постоянного и быстрого увеличения количества и охвата территории региональных торговых соглашений (РТС) с согласия и под эгидой ВТО, согласно которым их участники снимают все или большую часть барьеров во взаимной торговле. Появляются и мегарегиональные плюрилатеральные соглашения, которые уже охватывают не только торговые вопросы в пределах одного региона [4]. По состоянию на 2016 г. Украина является членом 23 РТС. Наиболее активно она присоединилась к ним в 2008 г., тогда было нотифицировано 10 региональных торговых соглашений с ее участием, а также 2016 г. – четыре. С 1 января 2016 г. между Украиной и ЕС функционирует углубленная и всеобъемлющая зона свободной торговли, с 1 сентября 2017 г. в полном объеме начало действовать Соглашение об ассоциации между Украиной и ЕС.

Выводы. Согласно выводам Конференции ООН по торговле и развитию ЮНКТАД и ВТО, мировая экономика в 2016 г. не вышла на путь устойчивого роста. Темпы роста мировой торговли товарами и услугами не вернулись к высоким докризисным показателям. Украина остается малой страной по всем товарным позициям. В общем может быть сделан вывод, что вступление в ВТО Украины произошло на фоне мирового финансового кризиса и в условиях отсутствия четкой национальной внешнеэкономической стратегии, что не позволило стране получить все прогнозируемые экспертами выгоды от полноправного участия в системе многосторонней торговли. Таким образом, вступление в ВТО не является гарантией роста ВВП и благосостояния населения без адекватных институциональных реформ.

Что касается системы ГАТТ/ВТО в целом, то на первый план выходят РТС. Они действуют в рамках ВТО и преследуют ту же цель. Однако ВТО обеспечивает такой уровень либерализации, на который готовы идти все ее члены (решения принимаются в «пакете» консенсусом), поэтому чем шире будут распространяться региональные торговые соглашения, тем больше будет упрощаться задача торговых переговоров в рамках ВТО. Значимость евроинтеграционного выбора Украиной определяется тем, что ЕС является одним из наибольших внешнеторговых партнеров Украины. Стратегическими перспективами в сфере региональной интеграции для Украины являются дальнейшая имплементация Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС и применение углубленной и всеобъемлющей зоны свободной торговли и преодоления на этой основе разрыва в объемах ВВП на душу населения между Украиной и странами – членами ЕС, а также сокращение разрыва в уровне и качестве стандартов жизни, стабилизация и демократизация общества, адаптация законодательства Украины к системе права ЕС.

Дальнейшие исследования целесообразно сосредоточить на изучении конкретных проблем в секторах национальной экономики, решение которых позволило бы Украине увеличить свою роль в системе многосторонней торговли.

Список использованных источников:
1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua.
2. Матвєєнко В.К. Економічна глобалізація та регіональна інтеграція – дві форми інтернаціоналізації світового господарства / В. К. Матвєєнко // Вісник соціально-економічних досліджень ; голов. ред. М.І. Звєряков. – Одеса, 2013. – Вип. 4(51). – С. 282–287.
3. Оцінка наслідків членства України у Світовій організації торгівлі : [монографія] / За заг. ред. д. е. н. проф. М.О. Кизима, к. т. н., проф. І.Ю. Матюшенка, к. е. н., доц. С.В. Беренди. – Х. : ІНЖЕК, 2014. – 212 с.
4. Шолом А.С. Место региональных торговых соглашений (РТС) в современной системе многосторонней торговли: ВТО-субституция или ВТО-комплиментарность? / А.С. Шолом // Економіка та держава. – 2017. – № 6. – С. 94–99.
5. Berenda S.V., Panova A.V. From overhang to policy space enhancement within WTO negotiations / S.V. Berenda, A.V. Panova // Проблеми економіки. – 2014. – №. 2. – С. 30–35.
6. Bessonova E.A., Merschenko O.Y., Gridchina N.S. Ukraine in the WTO: Effects and Prospects // Romanian J. Eur. Aff. – 2015. – Т. 15. – С. 66.
7. Kolesnikova I. WTO Accession and Economic Development: Experience of Newly Acceded Countries and Implications for Belarus // Polish Development Cooperation Program of the Polish Ministry of Foreign Affairs, Warszaw. – 2013.
8. Pavel F. et al. Economic impact of Ukraine's WTO accession: first results from a computable general equilibrium model // Institute for Economic Research and Policy Consulting Working Paper. – 2004. – № 30.
9. World Trade Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://wto.org.

Шолом А. С.
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

УКРАЇНА В СИСТЕМІ БАГАТОСТОРОННЬОЇ ТОРГІВЛІ ГАТТ/СОТ

Резюме
У статті розглядається Україна як член системи багатосторонньої торгівлі ГАТТ/СОТ. Вступ України до СОТ був тривалим процесом. Це дало змогу гармонізувати українське законодавство відповідно до міжнародних стандартів. Однак багато інституцій було реформовані тільки формально. До того ж вступ України до СОТ відбувся на тлі світової кризи. Все це призвело до того, що прогнозних показників досягти не вдалося. Проте приєднання України до системи багатосторонньої торгівлі стало першим етапом на шляху до інтеграції у західноєвропейську і світову економічні системи.
Ключові слова: Світова організація торгівлі, СОТ, Україна, ГАТТ/СОТ, міжнародна торгівля.

Sholom A. S.
V. N. Karazin Kharkiv National University

UKRAINE IN THE GATT/WTO MULTILATERAL TRADE SYSTEM

Summary
The article is concerned with Ukraine as a member of the GATT/WTO multilateral trade system. Ukraine's accession to the WTO was a long process. This allowed it to harmonize Ukrainian legislation in accordance with international standards. However, many institutions were reformed only formally. In addition, Ukraine's accession to the WTO occurred against the backdrop of the global financial crisis. All this led to the fact that the forecast indicators could not be reached. Nevertheless, Ukraine's accession to the multilateral trading system was the first step towards integration into the Western European and world economic system.
Key words: the World Trade Organization, the WTO, Ukraine, GATT/WTO, international trade.

УДК 336.71

Якубовский С. А.
Сидорова Ж. А.
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

УСТОЙЧИВОСТЬ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ СТРАН ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В статье исследованы особенности функционирования банковских систем развитых стран Западной Европы в условиях глобальной нестабильности. Оценены основные показатели и факторы финансовой устойчивости банковских систем Великобритании, Германии и Франции. Проанализировано влияние финансового развития на социально-экономическое благополучие стран Западной Европы (на примере Великобритании). Обоснованы пути повышения устойчивости банковских систем стран Западной Европы.
Ключевые слова: банковская система, финансовая устойчивость, индикаторы финансовой устойчивости, финансовое развитие, Западная Европа.

Постановка проблемы. От уровня финансовой устойчивости банковской системы страны зависят способность банков осуществлять свою деятельность, их место и значимость на международной арене. Устойчивость банковской системы играет определяющую роль в формировании и поддержке базового уровня доверия населения как основного источника сбережений, доверия экономических

© Якубовский С. А., Сидорова Ж. А., 2017

субъектов друг к другу как контрагентов финансово-хозяйственных операций, к национальной денежной единице, государству и пр.

Последние события в мировой экономике свидетельствуют о том, что спад темпов развития в странах Западной Европы продолжается. Страны сдают свои позиции в международных рейтинговых агентствах, а инвесторы стараются не вкладывать средства в европейские государственные облигации и все больше отдают предпочтение азиатским рынкам. Представители банковского сектора подтверждают, что вопрос финансовой устойчивости банков является наиболее актуальным в рамках национальных и международных дискуссий.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы устойчивости банковских систем стран Западной Европы на современном этапе развития нашли широкое отражение в работах как отечественных, так и зарубежных ученых, а именно в исследованиях Б. Борна, И. Голдштайна, А. Дзюблюка, Ф. Каирова, А. Киреева, Р. Лысенко, Ю. Немчинова, Ф. Фиорделиси.

Выделение не решенных ранее частей общей проблемы. Определяя теоретическую и практическую ценность приведенных исследований, считаем, что ряд некоторых вопросов по выбранной проблематике все же требует дальнейшего рассмотрения.

Цель статьи заключается в анализе устойчивости банковских систем стран Западной Европы на примере Великобритании, Германии и Франции в условиях глобальной нестабильности.

Изложение основного материала исследования. Банковские системы стран Западной Европы являются одними из старейших в мире. Так, например, английская банковская система в нынешнем ее виде сформировалась в начале XX века.

Банковская система Великобритании является одной из наиболее развитых в мире и играет важную роль в развитии не только национальной, но и мировой экономики. В стране совокупная рыночная доля зарубежных филиалов и отделений на банковском рынке превышает 50%. В ней сосредоточились 22% общего числа зарубежных банковских филиалов в странах ЕС и 74% всех их активов, в том числе почти 50% общего числа, а также 94% активов филиалов банков стран, не входящих в ЕС. Британские показатели сильно выбиваются из общеевропейского ряда и по общему объему иностранного капитала в банковской системе, и по экономической роли иностранных филиалов, особенно неевропейских банков [1].

Кредитная система Великобритании ориентирована на фондорыночную модель, где главную роль играет рынок ценных бумаг. Через Лондонскую фондовую биржу проходит порядка 70% объема мировых сделок с ценными бумагами. В то же время банковские учреждения продолжают играть важную роль в функционировании финансового сектора экономики, оставаясь относительно независимыми от кредитных систем Евросоюза.

Германии, как и большинству стран Европейского Союза, присуща континентально-европейская модель банковской системы. Банковский сектор играет важную роль в экономики Германии. Банковское кредитование является основным источником финансирования немецких компаний, кроме того, немецкие банки участвуют в управлении нефинансовыми корпорациями и обладают значительными пакетами их акций. Однако стоит отметить, что число кредитных институтов в Германии с каждым годом сокращается. В 2001 году их насчитывалось 2 697, в 2011 году – уже 2 093 [2].

Центральный банк стоит во главе банковской системы Германии и имеет ряд особых полномочий. “Bundesbank” осуществляет монетарную политику, направленную на обеспечение стабильности цен в Еврозоне, что прописано в договоре Европейского союза [3]. В целом банковская система включает более 4 000 банков, из них более 1 000 средних и мелких банков. При наличии 49 000 филиалов один филиал обслуживает в среднем 1 600 клиентов. Ведущая роль в банковской системе Германии отводится гросбанкам, а именно Немецкому, Дрезденскому и коммерческим банкам. Среди «большой тройки» выделяется “Deutsche Bank”, немецкий банк, который возглавляет ведущую в стране финансово-промышленную группу [4]. В целом «большая тройка» сильно влияет на рынок капиталов и фактически руководит биржей.

Банковская система Франции также является одной из наиболее развитых в мире. Вопрос обеспечения финансовой устойчивости банковского сектора Франции является особо актуальным в современных посткризисных условиях. По своей специализации банковская система Франции идентична английской, однако является характерным примером континентальной модели банковской системы. Особенностью банковской системы Франции является уровень государственного контроля, который по своей степени занимает первое место в мире. В первую очередь это связано с историческими событиями, ведь после Второй мировой войны преобразованию в государственную собственность подверглись крупные банки, в том числе и Банк Франции. Еще одной характерной чертой является участие государства в капитале банковских групп.

Крупнейшей банковской группой Франции является “BNP Paribus”, отделения этой группы открыты во всех департаментах Франции. По объему среднегодовой доходности “BNP Paribus” занимает второе место в зоне евро. Группа “BNP Paribus” обладает разветвленной сетью филиалов и дочерних структур в 75 странах мира, включая Украину [5].

Анализ деятельности коммерческих банков Великобритании в период 2006–2016 годов демонстрирует в целом улучшение качества их активов, наращивание капитальной базы, привлечение депозитов, повышение эффективности деятельности, что является признаками достаточной устойчивости банковской системы страны [6]. Проявление нестабильности можно было наблюдать в период восстановления после мирового финансово-экономического кризиса 2008 года. Это подтверждает и один из основных показателей устойчивости банковской системы – отношение регулятивного капитала к взвешенным по риску активам (рис. 1). В течение последних лет этот показатель оставался стабильным. Так, максимальное значение было установлено в 2013 году и 2015 году, когда оно составило 19,6%, что свидетельствует о способности банковской системы Великобритании в полном объеме и в установленные сроки производить расчеты по своим обязательствам.

Рис. 1. Регулятивный капитал к взвешенным по риску активам Великобритании

Источник: составлено на основе данных [7]

Следующий важный показатель финансовой устойчивости банковской системы, а именно отношение необслуживаемых кредитов к совокупным кредитам (рис. 2), демонстрирует положительную тенденцию. По данным на начало 2015 года этот показатель составил 1% от общей суммы кредитов. Следует также отметить, что максимальное значение было установлено в 2011 году на уровне 4%.

Рис. 2. Отраслевое распределение общей суммы кредитов резидентов и нерезидентов Великобритании

Источник: составлено на основе данных [7]

Показатель отношения процентной маржи к валовому доходу банков Великобритании в течение 2008–2016 годов также оставался стабильным, в 2015 году он составил 51%, что свидетельствует о способности банков Великобритании покрывать риски. Согласно результатам стресс-тестов 2016 года показатель уровня капитала в банковской системе Великобритании демонстрирует удовлетворительное значение в 13,5% от взвешенных по риску активов, следовательно, банковская система Великобритании достаточно капитализирована для поддержки реального сектора экономики даже с учетом тяжелого и масштабного стрессового сценария.

Влияние на устойчивость банковской системы Великобритании оказало событие 23 июня 2016 года, когда состоялся референдум о выходе страны из Евросоюза. Решение о выходе Великобритании из ЕС спровоцировало снижение кредитных рейтингов Великобритании, падение фунта стерлинга по отношению к доллару и к евро. В июне 2016 года курс фунта стерлинга по отношению к доллару снизился на 20%, что является минимальным значением за последние 30 лет.

В отличие от Великобритании, устойчивость банковской системы Германии на финансовом рынке достигнута благодаря ее универсальности. В 2016 году журнал “Forbes” опубликовал рейтинг тридцати самых надежных и важных банков в мире. В данном рейтинге большую долю занимают американские банки, коммерческие банки Великобритании расположились в первой десятке (банк “Lloyds Banking Group” занял 10 место). В рейтинг также вошли немецкие и французские банки (банк “Credit Agricole” занял 14 место, а банк “Deutsche Bank” – 18 место). Надежность и важность банков данных стран свидетельствует о высокой степени устойчивости их банковских систем при возможности различных экономических угроз [8].

Германия входит в группу стран-нарушителей по одному из ключевых критериев финансовой стабильности, прописанных в Маастрихтском договоре. Соотношение государственного долга к ВВП в 2015 году составило 71,2%, однако в 2016 году наблюдалась тенденция к улучшению, а именно показатель составил 68,3%. Германия раньше других стран Еврозоны приступила к проведению структурных реформ (первые были связаны с созданием новых рабочих мест в стране). Европейский долговой кризис заставил правительство Германии ввести новые коррективы в немецкую финансовую систему, которые до сих пор оказывают положительное влияние на национальную экономику, в том числе и на качество выдаваемых кредитов.

Крупные немецкие банки увеличили достаточность капитала первого уровня. Так банковский сектор Германии отреагировал на новые требования рынков капитала, нормативные требования Европейской банковской администрации и на будущие методические рекомендации в рамках 3-го Базельского соглашения (Basel III). В период с начала 2008 года и по 2012 год показатель достаточности капитала первого уровня группы 12 крупнейших немецких банков увеличился с 8,3% до 13,6% [9], что свидетельствует о способности немецких банков производить расчеты по своим обязательствам.

Анализ деятельности коммерческих банков Франции в период 2006–2016 годов демонстрирует в целом улучшение качества их активов, наращивание капитальной базы, привлечение депозитов, повышение эффективности деятельности, что является признаками достаточной устойчивости банковской системы страны [10].

Важным показателем финансовой устойчивости Франции является величина ее государственного долга. В 2016 году государственный долг Франции составил 96% ВВП (95,6% в 2015 году; 94,4% в 2014 году). Согласно Маастрихтским стандартам допускается максимальная величина государственного долга на уровне 60% от ВВП, а Франция выходит за пределы допустимого значения [11]. При рассмотрении внешнего долга Франции следует обратить внимание на его структуру. Так, во Франции наибольшую долю составляет долг банков, по итогам 2016 года показатель составил 40%, в Великобритании показатель находился на уровне 56%, а в Германии – 33%. Следует отметить, что в США наибольшая доля в 2016 году приходилась на другие секторы (небанковские финансовые корпорации и нефинансовые корпорации), а также на органы государственного управления [12].

Исходя из данных рис. 3, можно сказать, что показатель отношения регулятивного капитала к взвешенным по риску активам в течение 2008–2015 годов превышал установленное нормативное значение в 6% и демонстрировал стабильное повышение, колеблясь от 10,5% в 2008 году до 17,1% в 2015 году.

Рис. 3. Регулятивный капитал к взвешенным по риску активам Франции

Источник: составлено на основе данных [12]

Высокие значения показателя достаточности капитала во Франции свидетельствуют о том, что большая часть собственных средств французских банков находится в совокупных активах. Это отражает высокий уровень финансовой устойчивости банковской системы Франции. Показатель отношения необслуживаемых креди-

тов и займов к совокупным валовым кредитам и займам (рис. 4) призван выявлять проблемы качества активов в кредитном портфеле. Отношение необслуживаемых кредитов и займов к совокупным валовым кредитам и займам часто используется в качестве приближенного показателя качества активов. Отношение необслуживаемых кредитов и займов к совокупным кредитам демонстрировало тенденцию к росту с 2008 по 2013 годы, достигнув максимальной отметки в 4,5% в 2013 году.

Рис. 4. Отношение необслуживаемых кредитов и займов к совокупным валовым кредитам и займам Франции в 2008–2015 годах, %

Источник: составлено на основе данных [12]

С 2014 года можно было наблюдать его плавное снижение, что говорит об улучшении качества кредитного портфеля страны. Показатель отношения процентной маржи к валовому доходу банков Франции в течение периода 2008–2015 годов демонстрировал как позитивную, так и негативную тенденцию, причем последняя является преобладающей [13].

Показатель отношения ликвидных активов к совокупным активам дает представление о ликвидности, которая может быть использована для удовлетворения ожидаемого и непредвиденного спроса на наличные деньги. Уровень ликвидности влияет на способность банковской системы противостоять потрясениям. Например, большое потрясение приводит к убыткам по кредитам или на рынке, может вызвать потерю доверия к банковскому сектору со стороны участников рынка или вкладчиков. Следовательно, коэффициент ликвидных активов показывает, насколько большое сокращение баланса может выдержать сектор, прежде чем он будет вынужден продавать неликвидные активы. Во Франции он постепенно снижается в течение всего анализируемого периода. Так, в 2008 году данный коэффициент составил 47,1%, уже в 2009 году он снизился до 42%, в 2013 году – до 39,1%. Данная тенденция является негативной, так как это отражает снижение доли высоколиквидных активов в совокупных активах банковского сектора Франции.

Проанализируем влияние финансового развития на социально-экономическое благополучие стран Западной Европы (на примере Великобритании). Влияние финансового развития на экономическое благополучие Великобритании можно оценить с помощью регрессионного анализа.

1) Уравнение 1. Темпы прироста ВВП = показатель развития банковского сектора (отношение кредитов, предоставленных частному сектору, к ВВП в %) + переменная, характеризующая размер и ликвидность фондового рынка (отношение стоимости проданных за период акций к ВВП в %) + контролирующие переменные (ВВП на душу населения на начало периода + доля государственных расходов в ВВП в % + доля инвестиций в ВВП в %).

При построении регрессионной модели были использованы такие соответствующие показатели: отношение кредитов, предоставленных частному сектору, к ВВП в % (Domestic credit to private sector (% of GDP) – DC), отношение стоимости проданных за период акций к ВВП в % (Stocks traded, total value (% of GDP) – ST), ВВП на душу населения на начало периода (GDP per capita (current US$) – PPP), доля государственных расходов в ВВП в % (Expense (% of GDP) – Exp) и доля инвестиций в ВВП в % (Foreign direct investment, net flows (% of GDP) – FDI). В качестве зависимой переменной были использованы годовые данные темпов прироста ВВП Великобритании (GDP Growth Rate).

Получаем следующую модель с вероятной зависимостью:

$$\text{GDP Growth Rate} = \beta 1 * DC + \beta 2 * ST + \beta 3 * PPP + \beta 4 * Exp + \beta 5 * FDI. \quad (1)$$

После проведения анализа в SPSS можно сделать вывод, что в данном случае (R-квадрат) равен 0,882, а значит, на 88% выбранные факторы объясняют зависимую, изучаемую переменную, а 12% дисперсии обусловлены неучтенными факторами. Для данной модели Fст > Fкр, так как Fст = 49,751. То есть с вероятностью 95% модель можно считать значимой.

Коэффициенты модели (DC, ST, PPP, FDI) значимы, то есть каждая из этих переменных более чем на 90% объясняет выбранный зависимый параметр GDP Growth Rate. Среди таких коэффициентов наибольшее влияние имеет коэффициент 0,595 (ВВП на душу населения на начало периода). Меньшее влияние оказывают отношение кредитов, предоставленных частному сектору, к ВВП в %, отношение стоимости торгуемых за период акций к ВВП в % и доля инвестиций в ВВП. Все коэффициенты значимы на уровне 1% (все tст > tкр).

Полученная модель имеет вид:

$$\text{GDP Growth Rate} = 0{,}541\ DC + 0{,}265\ ST + 0{,}595\ PPP + 0{,}138\ FDI. \quad (2)$$

В Великобритании социальное благополучие выступает одновременно и целью реализации социальной политики государства, и критерием оценки ее финансового развития. Основным инструментом социальной политики и важнейшим регулятором социального благополучия выступают социальные законы, национальные проекты и социальные программы. По результатам 2016 года Великобритания поднялась на три позиции в общемировом рейтинге экономического и социального благополучия Prosperity Index.

2) Уравнение 2. Изменения ВВП на душу населения = конечные потребительские расходы + показатель финансового развития + государственные расходы + расходы на образование + инфляция.

Для анализа влияния финансового развития на социальное благополучие Великобритании, были выбраны такие соответствующие показатели: конечные потребительские расходы (Final consumption expenditure, etc. (current LCU) – FCE)), показатель финансового развития (Domestic credit to private sector (% of GDP) – DC)), расходы на образование (Government expenditure on education, total (% of GDP) – GEE), государственные расходы (Expense (% of GDP) – Exp)) и уровень инфляции (Inflation, consumer prices (annual %) – Inf)).

В качестве зависимой переменной были использованы ежегодные данные показателя изменения ВВП на душу населения (GDP per capita).

Получаем следующую модель с вероятной зависимостью:

$$\text{GDP per capita} = \beta 1 * FCE + \beta 2 * DC + \beta 3 * GEE + \beta 4 * Exp + \beta 5 * Inf. \quad (3)$$

Применив анализ в SPSS, можно сделать вывод, является ли данная модель подходящей. Чем ближе коэффициент детерминации (R-квадрат) к 1, тем сильнее зависимость, соответственно, лучше качество модели. В данном случае он равен 0,870, а значит, на 90% влияние финансового развития на социальное благополучие Великобритании описывается выбранным показателям. Для данной модели Fст > Fкр, так как Fст = 26,660. То есть с вероятностью 95% ее можно считать значимой. Исходя из стандартизованных коэффициентов бета, можно сказать, что большее влияние имеет коэффициент -0,625 (расходы на образование). При увеличении этого фактора на 1 ст. отклонение зависимая переменная уменьшится на -0,625. Немного меньшее влияние оказывают конечные потребительские расходы, показатель финансового развития и инфляция.

Полученная модель имеет такой вид:

$$\textbf{GDP per capita} = 0{,}586\ \textbf{FCE} - 0{,}504\ \textbf{DC} - 0{,}625\ \textbf{GEE} + 0{,}180\ \textbf{Inf}. \quad (4)$$

Как показал регрессионный анализ, существует обратная зависимость динамики изменения ВВП на душу населения и динамики изменения расходов на образование. То есть чем выше в данном случае ВВП на душу населения, тем выше расходы на образование, а значит, растет уровень социального благополучия Великобритании. Таким образом, можно сделать вывод, что благодаря высокому уровню финансового развития в стране увеличивается количество банковских филиалов, в прямой зависимости находятся показатели инфраструктуры и расходы на образование. Итак, финансовое развитие играет ключевую роль в укреплении национальной экономики страны.

Выводы. По результатам исследований можно сделать следующие выводы. В течение последних 10 лет для банковских систем стран Западной Европы были характерны существенные изменения показателей и колебания уровня финансовой устойчивости. Экономически развитые европейские страны в период недавнего мирового финансового кризиса эффективно перенесли его последствия, а сегодня только продолжают наращивать финансовую устойчивость банковских систем.

Отличительными чертами банковской системы Германии являются ее устойчивость, высокий уровень организованности и контроля по осуществлению финансовой деятельности как в стране, так и за ее пределами. Банковские учреждения в стране универсальны, что позволяет вне зависимости от их размера широкомасштабно проводить финансовые операции. Банковская система Великобритании также демонстрирует свою финансовую устойчивость и способность противостоять стрессовым ситуациям. Финансовая устойчивость страны была подтверждена стресс-тестами 2016 года и показала возможность в будущем противостоять рискам и угрозам, в том числе тем, которые связаны с выходом Великобритании из Евросоюза. Устойчивость банковской системы Франции на современном этапе развития достигнута благодаря высокой степени участия государства в регулировании и контроле банковской деятельности. С целью обеспечения устойчивости банковской системы, сохранения доверия населения к банковским группам и восстановления последствий послемировых кризисов во Франции правительством был предпринят комплекс мер, таких как пропорциональное регулирование банковской системы и увеличение эффективности денежных расходов, направленных на развитие банковской деятельности, которые уже нашли позитивное отражение в национальной статистике. При этом для сохранения высокого уровня устойчивости банковских систем правительства стран должны создавать и поддерживать уже существующие финансовые институты контроля. Необходимо развивать банковский сектор и проводить реформы, которые бы способствовали повышению устойчивости банковской системы и укреплению позиций стран Западной Европы на мировой арене.

Список использованных источников:

1. Розинский И. Иностранный банковский капитал в Великобритании / И. Розинский // Современная Европа. – 2009. – № 3. – С. 43–57.
2. Савчук О. Успішна політика іноземних країн у стабілізації фінансової сфери / О. Савчук // Європейський інформаційно-дослідницький центр. – 2016. – С. 1–11.
3. Особенности банковской системы Германии [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://theory-of-money.ru/osobennosti-bankovskoj-sistemy-germanii.
4. Регламентация банковских операций. Документы и комментарии / Регламент. – 2009. – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.reglament.net/bank/reglament/2009_6.htm.
5. Ломачинська І. Експансія банківських установ Франції на глобальному ринку банківських послуг / І. Ломачинська, А. Ольшевська // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2017. – Том 22. – Вип. 4 (57). – С. 26–31.
6. United Kingdom Statistics / Bank of England [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.bankofengland.co.uk/statistics/Pages/default.aspx.
7. International Financial Statistics. United Kingdom / International Monetary Fund [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://data.imf.org/?sk=388DFA60-1D26-4ADE-B505-A05A558D9A42.
8. Германия – следующая большая проблема Европы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.vestifinance.ru/articles/68151.
9. Буряк О. Банківська система Німеччини та особливості державного регулювання банківської кризи 2008–2010 рр. / О. Буряк // Науковий вісник. – 2015. – Вип. 15. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/visnyk15/fail/Burjak.pdf.
10. Statistics calendar / The Banque de France [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.banque-france.fr/en/statistics/calendar.
11. Lomachynska I. Transformation of the Italian banking system in context of the development of european economic and currency integration / I. Lomachynska, A. Olshevska // Sustainable Development of National Economy: multi-authored monograph. – London, 2017. – P. 94–113.
12. Data. France / The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://data.worldbank.org/country/france?view=chart.
13. International Financial Statistics. France / International Monetary Fund [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://data.imf.org/?sk=388DFA60-1D26-4ADE-B505-A05A558D9A42.

Якубовський С. О.
Сидорова Ж. А.
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СТІЙКІСТЬ БАНКІВСЬКИХ СИСТЕМ КРАЇН ЗАХІДНОЇ ЄВРОПИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Резюме
У статті досліджено особливості функціонування банківських систем розвинених країн Західної Європи в умовах глобальної нестабільності. Оцінено основні показники і чинники фінансової стійкості банківських систем Великобританії, Німеччини та Франції. Проаналізовано вплив фінансового розвитку на соціально-економічний добробут країн Західної Європи (на прикладі Великобританії). Обґрунтовано шляхи підвищення стійкості банківських систем країн Західної Європи.
Ключові слова: банківська система, фінансова стійкість, індикатори фінансової стійкості, фінансовий розвиток, Західна Європа.

Yakubovskiy S. A.
Sydorova Z. A.
Odessa I. I. Mechnikov National University

THE STABILITY OF BANKING SYSTEMS OF WESTERN EUROPEAN COUNTRIES IN THE CONDITIONS OF GLOBAL INSTABILITY

Summary
The article explores the features of the functioning of banking systems of developed countries of Western Europe in conditions of global instability. The main indicators and factors of financial stability of the banking systems of United Kingdom, Germany and France are estimated. The influence of financial development on the social and economic well-being of Western European countries is analyzed (on the example of United Kingdom). The ways of increasing the stability of the banking systems of Western European countries are substantiated.
Key words: banking system, financial stability, financial stability indicators, financial development, Western Europe.

РОЗДІЛ 2
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.366

Сержанов В. В.
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

УМОВИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ «НОВОГО ПОКОЛІННЯ»

У статті розкрито умови формування державної інвестиційної політики «нового покоління», котра б забезпечила вирішення спільних завдань сталого соціально-економічного розвитку та ефективного реагування на глобальні економічні та фінансові потрясіння, щоб уникнути майбутніх криз. Установлено, що зростання національних економік залежить від міри та ступеня втручання держави в економічні процеси. Доведено, що країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою нині є основними напрямами прямих іноземних інвестицій, і їх значення як одержувачів прямих іноземних інвестицій продовжує зростати. Визначено ключові аспекти інвестиційної політики «нового покоління», що трансформуються в конкретні виклики формуванню державної інвестиційної політики на національному рівні та узгодженню її з умовами, що висуваються на міжнародному рівні.
Ключові слова: інвестиції, інвестиційна політика, потенціал, державне регулювання, оцінювання, ефективність.

Постановка проблеми. Роль держави у формуванні інвестиційної політики має бути не контролюючою, а регулюючою, з використанням усього набору державних інструментів. Сьогодні зовнішні умови створюють для національної економіки перешкоди для безперебійного залучення інвестицій, що зумовлено як екзогенними, так і ендогенними факторами. Сучасна інвестиційна політика України здійснюється нерівномірно в галузевому, регіональному та інших напрямах. Нормативне забезпечення несистематизоване, показники діяльності інвестиційних центрів є дуже низькими і комплексно не аналізуються, відсутні дієві механізми стимулювання інвесторів, політична деструктивність реформ обмежує можливості припливу іноземних інвестицій. Вивчення кола питань, пов'язаних із дослідженням макроекономічних умов, спрямоване на пошук нових напрямів формування державної інвестиційної політики для максимального економічного ефекту від даного процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських учених, які зробили свій внесок у дослідження розвитку національної економи, її потенціалу впливу державного втручання на ці процеси, присвячено праці відомих вітчизняних учених: В. Геєця, С. Єрохіна, М. Єрмошенка, В. Магасової, А. Пересади, І. Штулер та ін. Також у сучасних економічних дослідженнях активно розглядаються проблеми, що стосуються інвестицій, інвестиційної політики держави, інструментарію та механізму впливу інвестицій на економічний розвиток країни, серед більшості науковців варто виділити дослідження: І. Бланка, С. Ілляшенка, М. Денисенка, А. Музиченка та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах глобалізації вирішення спільних завдань сталого соціально-економічного розвитку національних економік та завдань ефективного реагування на глобальні економічні та фінансові потрясіння зумовило формування нових моделей глобального економічного урядування. Вирішальна роль у формуванні інвестиційної політики «нового покоління», котра б ураховувала особливості національної економіки, належить державі. Дана проблематика без чіткого визначення пріоритетів утрачає конкретність та цілеспрямованість у досягненні поставленої мети.

Мета статті полягає у розкритті умов формування державної інвестиційної політики «нового покоління», котра б забезпечила вирішення спільних завдань сталого соціально-економічного розвитку та ефективного реагування на глобальні економічні та фінансові потрясіння, щоб уникнути майбутніх криз.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах взаємного розвитку країн дослідження показують, що відбувається взаємопроникнення економік. Усі сфери економічного політичного та соціального становища країни є взаємопереплетеними, чому сприяють глобалізаційні процеси та спільні політичні, економічні та інші рішення щодо співпраці та формування єдиної стратегії розвитку. Всі аспекти зростання держав та їх національних економік залежать від міри та ступеня втручання в економічні процеси.

Інвестиційна політика не формується та не реалізується у вакуумі. Вона формується в політичному та економічному середовищі, котрі на глобальному та регіональному рівнях зазнавали поразки протягом останніх років. Таке становище було зумовлене кризами у сферах фінансів, продовольчої безпеки та навколишнього середовища і надалі зазнає впливу з постійними глобальними диспропорціями та соціальними проблемами, особливо щодо подолання бідності. Ці глобальні кризи та проблеми мають суттєві наслідки для формування державної інвестиційної політики на національному у рівні.

По-перше, економічна та фінансова кризи посилили довгострокову зміну економічної значущості з розвинутих країн на ринки країн, що розвиваються. Глобальні виклики, такі як продовольча безпека та зміна клімату, де зацікавленість країн, що розвиваються, є неодмінною передумовою для будь-якого життєздатного рішення, ще більше посилили роль цих країн у розробленні глобальних політичних рішень.

По-друге, фінансова криза посилила роль держави в економіці як у розвинених країнах, так і країнах, що розвиваються.

© Сержанов В. В., 2017

По-третє, характер змін та викликів, який жодна країна не може розглядати окремо, робить кращим імператив міжнародної координації.

По-четверте, глобальний політичний та економічний контекст, а також виклики, які необхідно вирішити, з урахуванням соціальних та екологічних проблем, є провідними в розробленні державної політики.

Завдання держави – сформувати нову парадигму розвитку, яка ставить першочерговими цілі всебічного та сталого цілісного розвитку, економічне зростання та цілі соціально-політичного розвитку. Тенденції інвестиційної політики, природно, відображають ці події. Відбувалися суттєві зміни у сфері інвестицій та інвесторів. Країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою нині є основними напрямами прямих іноземних інвестицій, і їх значення як одержувачів прямих іноземних інвестицій продовжує зростати.

Рис. 1. Прямі іноземні інвестиції в Україну за період 2011–2016 рр.

Джерело: побудовано автором

У 2010 р. вперше країни, що розвиваються, отримали більше половини світових потоків прямих іноземних інвестицій, нині їхня частка становить 55% світових іноземних інвестицій. Це підвищує можливості стратегічних інвестиційних цілей, політики щодо просування та захисту в країнах, що розвиваються.

За останні п'ять років відбулися значні коливання в інвестиціях, що були залучені в національну економіку з іноземних джерел. Сума залучених у 2016 р. прямих іноземних інвестицій становила 44 790,7 млн. дол. США. У 2015 р. в українську економіку було залучено 43 371 млн. дол. США, що становить найменшу величину за період 2011–2016 рр. У минулому році сума залучених інвестицій зросла на 3,27% (44 790,7 млрд. дол. США.). У 2013 р. українська економіка отримала за останні п'ять років найбільшу суму іноземних інвестицій – 58 156, 9 млрд. дол. США. Динаміку та суми прямих іноземних інвестицій в Україну за період 2011–2016 рр. наведено на рис. 1.

У 2011–2013 рр. відбувалося зростання сум надходжень від прямих іноземних інвестицій, однак після кризового 2013 р. темпи залучення прямих іноземних інвестицій скоротилися на 20%. Це відбулося через низку політичних та економічних причин: воєнні дії на сході країни, окупацію АР Криму, інфляційні процеси, відсутність реформ тощо.

Економічно розвинені країни стали не тільки важливими одержувачами прямих іноземних інвестицій, вони все частіше стають великими інвесторами, і їхня частка у світовому потоці нині становить більше третини. Хоча економічно розвинені країни і зазнають проблем із забезпеченням захисту власних інвестицій, вони також забезпечують безпеку та гідне поводження з інтересами власних інвесторів за кордоном.

Також є нові типи інвесторів на світовому ринку. *Державні підприємства* є важливими учасниками прямих іноземних інвестицій. Хоча вони становлять лише 1% від загальної кількості транснаціональних підприємств, їх інвестиції за кордон становлять приблизно 10% світових потоків прямих іноземних інвестицій. *Суб'єкти фондів фінансування* також набувають великого значення як учасники прямих іноземних інвестицій. Їх загальний обсяг прямого іноземного інвестування у 2014 р. становив близько 160 млрд. дол., а їхні закордонні інвестиції – менше 2% світових потоків прямих іноземних інвестицій.

Зрозуміло, що закономірності інвестування та типи інвестицій цих нових інвесторів (із погляду країн, що приймають, та з погляду самих інвесторів) є різними. А отже, різними є їх політичні пріоритети. Крім того, слід відстежувати скорочення підтримки відкритих інвестиційних ніш у розвинутих ринкових економіках в умовах конкуренції з боку все більш активних інвесторів у країнах, що розвиваються.

Державне регулювання відіграє все більшу роль в економіці та напряму інвестиційної політики. Держави стали стриманішими в регулюванні та управлінні економікою. Все більше і більше відбувається віддалення від заявленого підходу до економічного зростання та розвитку, що переважало раніше. Промислова політика та стратегії промислового розвитку поширюються як в економічно розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Ці стратегії часто містять елементи цільового стимулювання інвестицій або, навпаки, їх обмеження, що збільшує важливість інтегрованої та послідовної політики розвитку та інвестицій.

Уряди також активізують свої зусилля щодо сприяння участі вітчизняних компаній у глобальних ланцюгах доданої вартості (GVC). Вони сприяють цій участі шляхом створення місцевого потенціалу, технологічної модернізації та діяльності із заохочення інвестицій, наприклад створення спеціальних економічних зон. Очікування заохочувальних дій держави стали більш високими, оскільки вони все більше концентруються не тільки на кількості, а й на якості інвестицій.

Дані щодо зростання безробіття (або низького рівня зайнятості) у багатьох країнах також є тиском на дії держави, змушуючи їх шукати «правильні типи» інвестицій та вживати заходів для інвестування у створення нових робочих місць.

У розвинених країнах такі побоювання іноді викликають дискусію про те, як перешкоджати вітчизняним компаніям інвестувати за кордон або сприяти репатріації іноземних інвестицій у власну країну.

У країнах, що розвиваються, ті самі страхи підживлюють дискусію щодо того, чи забезпечують інвестиції достатньо робочих місць для бідних та чи є вони достатньо комплексними.

Посилення ролі держави також проявляється стосовно інших питань сталого розвитку національних економік. Упроваджуються нові соціальні та екологічні норми чи посилюються наявні – все це має наслідки для державної інвестиційної політики.

На додаток до регуляторної діяльності держави збільшують зусилля, спрямовані на активне просування до сталого еколого-економічного розви-

тку, наприклад шляхом заохочення прямих іноземних інвестицій із низьким умістом вуглецю. Вони також приділяють більше уваги корпоративній відповідальності шляхом сприяння прийняттю приватних кодексів корпоративної поведінки.

Тенденції більшого втручання в економіку проявляються у збільшенні частки регуляторної та обмежувальної політики. У загальних заходах щодо інвестиційної політики за останні десять років державне регулювання зросло (хоча лібералізація та заохочення інвестиції залишаються домінуючими умовами).

Ця тенденція частково відображає відроджений реалізм щодо економічних та соціальних витрат нерегульованих ринкових сил. Але це також викликає занепокоєння тим, що посилення регуляторної діяльності може поступово збільшувати ризик надмірного регулювання або інвестиційного протекціонізму, який заважає внутрішньому та зовнішньому прямому іноземному інвестуванню.

Існує велика потреба у здійсненні глобальної координації здійснюваної інвестиційної політики. Необхідність вирішення спільних завдань сталого соціально-економічного розвитку та ефективного реагування на глобальні економічні та фінансові потрясіння, щоб уникнути майбутніх криз, викликала заклики до формування нових моделей глобального економічного врядування.

У сфері інвестування є переконливі підстави для такої посиленої міжнародної координації.

По-перше, це може допомогти зберегти протекціоністські тенденції та дискримінаційне ставлення іноземних інвесторів до перевірки.

По-друге, це може допомогти уникнути «перегонів» у регуляторних стандартах або стимулах, адже на міжнародному рівні держави все більше конкурують за можливість отримати бажаний тип інвестицій.

По-третє, низка специфічних інвестиційних питань потребує кращої глобальної координації інвестиційної політики, оскільки прямі іноземні інвестиції за своєю природою можуть бути врегульовані більш ефективно лише спільними зусиллями.

По-четверте, краща міжнародна координація допоможе подолати проблеми узгодженості, спричинені розгалуженою системою міжнародних інвестиційних договорів, що складається з близько 3 300 основних договорів (тобто двосторонніх інвестиційних договорів та інших угод з інвестиційними положеннями).

По-п'яте, важливим напрямом міжнародного співробітництва є діяльність в галузі оподаткування. Нестабільні рівні державного дефіциту та суверенних боргів змушують держави бути більш чутливими до спроб ухилення від сплати податків, маніпулятивних трансфертних цін для необґрунтованого зменшення податкових зобов'язань у приймаючих країнах та країнах походження.

Міжнародна політика оподаткування та інвестицій є частиною глобального управління інвестиціями, тому існує велика потреба в більшій узгодженості. Інші, нефінансові, глобальні виклики також потребують кращої координації у сфері інвестицій, про що свідчать зусилля, спрямовані на сприяння «зеленим інвестиціям». Підтримка екологічно чистого економічного зростання та міжнародна співпраця щодо інвестицій у сільське господарство для поліпшення продовольчої безпеки вимагають державного регулювання.

Внаслідок наведених вище підстав з'явилося нове трактування інвестиційної політики, що спрямоване на формування більш широкої та складної політики в галузі розвитку, яка спрямована на підтримку сприятливого інвестиційного клімату.

Формування нового трактування інвестиційної політики відбувається протягом деякого періоду часу. Водночас відбувається рух до подальшої лібералізації інвестиційних режимів та заохочення іноземних інвестицій, з одного боку, і регулювання інвестицій для дотримання цілей державної політики – з іншого.

Це відображає визнання того, що лібералізація, якщо вона полягає у досягненні результатів сталого розвитку, повинна супроводжуватися створенням належних регуляторних та інституціональних рамок.

Головною організаційно-економічною проблемою є досягнення правильного балансу між регулюванням та відкритістю економіки.

Державна інвестиційна політика «нового покоління» надає поштовх формуванню зусиль, спрямованих на залучення інвестицій та отримання вигод від них.

Питання сталого розвитку, включаючи проблеми охорони навколишнього середовища, соціального становища та бідності, а також відповідальність інвестора у цих сферах, не є новими самі по собі. Проте сьогодні безліч рішень та варіантів, розроблених протягом багатьох років для вирішення проблем сталого розвитку, не були частиною основної інноваційної політики, і, відповідно, міжнародний консенсус щодо цього не відображено у ньому.

Державна інвестиційна політика «нового покоління» спрямована на систематичне досягнення сталого розвитку та її практичне застосування в конкретних заходах та механізмах на національному та міжнародному рівнях, а також на рівні розроблення та реалізації.

Загалом інвестиційна політика «нового покоління» характеризується кількома аспектами:

– визнанням ролі інвестицій як основного рушія економічного зростання та розвитку усвідомлення того, що інвестиційна політика є центральною частиною стратегій розвитку;

– бажанням досягти сталого розвитку шляхом відповідального інвестування, розміщення соціальних та екологічних цілей на тій же основі, що й економічне зростання та цілі розвитку;

– спільним визнанням необхідності підвищення ефективності політики щодо сприяння інвестиціям.

Ці визначені аспекти інвестиційної політики «нового покоління» трансформуються на конкретні виклики з формування державної інвестиційної політики на національному рівні та узгодження її з умовами, що висуваються на міжнародному рівні.

Висновки. Отже, дієвим інструментом забезпечення економічного зростання національних економік, нарощення темпів ВВП є дієва інвестиційна політика держави. Сучасні зовнішні виклики та внутрішні проблеми зумовлюють розуміння необхідності розроблення та формування державної інвестиційної політики «нового покоління».

На сучасному етапі додатково потребується здійснення соціологічних і політологічних досліджень, які б урахували всю важливість визначення постійно змінних умов формування державної інвестиційної політики. Визначені в даній статті умови формування інвестиційної політики беззаперечно доводять роль держави у формуванні інвестиційної політики «нового покоління», котра б ураховувала всі особливості національних економік.

Список використаних джерел:
1. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstst.rada.gov.ua.
2. Гончаренко В.В. Про зміну концепції розвитку системи кредитної кооперації та її можливий вплив на кредитно-кооперативний сектор національної економіки / В.В. Гончаренко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 5(50). – С. 99–107.
3. Грішута А.В. Державна підтримка фінансування інноваційної діяльності в аграрній сфері через механізм кредитної кооперації / А.В. Грішута [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_104/20.pdf.
4. Єрохін С.А. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України / С.А. Єрохін // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://global-national.in.ua/issue-13-2016.
5. Звіт національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nfp.gov.ua/content/rzviti-nackomfinposlug.html.
6. Соціально-економічний розвиток України за січень-липень 2017 року / Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.
7. Стан інвестиційної діяльності в Україні / Інвестиційна діяльність в Україні від 23.02.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua.
8. Романенко А. Активізація державного інвестування в сучасних умовах / А. Романенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 6. – С. 29–39.
9. Публічний звіт про діяльність національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nfp.gov.ua/content/rzviti-nackomfinposlug.html.
10. Штулер І.Ю. Теоретичні підходи до процесу залучення прямих іноземних інвестицій / І.Ю. Штулер // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5(131). – С. 102–108.
11. Штулер І.Ю., Сержанов В.В. Вплив інвестиційної політики на гомеостазис національної економічної системи крізь призму інновацій / І.Ю. Штулер, В.В. Сержанов // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2016. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/2-2016-ukr.
12. Яркова Н.І. Роль органів державної влади в інвестиційному процесі/ Н.І. Яркова, О.П. Яковенко //Економіка будівництва і міського господарства. – 2012. – Т. 8. – № 2. – С. 89–100.

Сержанов В. В.
ДВНЗ «Ужгородский национальный университет»

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ «НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ»

Резюме
В статье раскрыты условия формирования государственной инвестиционной политики «нового поколения», которая б обеспечила решение общих задач устойчивого социально-экономического развития и эффективного реагирования на глобальные экономические и финансовые потрясения, чтобы избежать будущих кризисов. Установлено, что рост национальных экономик зависит от уровня и степени вмешательства государства в экономические процессы. Доказано, что развивающиеся страны и страны с переходной экономикой в настоящее время являются основными направлениями прямых иностранных инвестиций, и их значение как получателей прямых иностранных инвестиций продолжает расти. Определены ключевые аспекты инвестиционной политики «нового поколения», трансформирующиеся в конкретные вызовы формированию государственной инвестиционной политики на национальном уровне и согласованию ее с условиями, выдвигаемыми на международном уровне.
Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная политика, потенциал, государственное регулирование, оценивание, эффективность.

Serzhanov V. V.
State Enterprise «Uzhgorod National University»

THE CONDITIONS OF FORMATION STATE INVESTMENT POLICY OF «NEW GENERATION»

Summary
The article describes the conditions of formation the state investment policy of "new generation", which would ensure the solution of the common tasks of sustainable social and economic development and an effective response to global economic and financial turmoil in order to avoid future crises. It is established that the growth of national economies depends on the degree and degree of state interference in economic processes. It is proved that developing countries and countries with economies in transition are currently the main areas of direct foreign investment, and their importance as recipients of foreign direct investment continues to grow. The key aspects of the investment policy of the "new generation" that are transformed into specific challenges to the formation of the state investment policy at the national level and its harmonization with the conditions put forward at the international level are determined.
Key words: investment, investment policies, potential, government regulation, evaluation, efficiency.

УДК 351.84

Скороход І. П.
Конєва І.
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Пенсійне забезпечення є важливою складовою соціального забезпечення населення й виступає як державна базова гарантія розвитку суспільства, оскільки охоплює одночасно інтереси як працездатного, так і непрацездатного населення. Саме пенсійне забезпечення розглядається як особливий складовий елемент соціальної функції держави і, разом з тим, як сукупність методів задоволення матеріальних потреб тих верств населення, які, відповідно до чинного законодавства, мають право на отримання пенсії.
Ключові слова: пенсійна система, пенсійні внески, пенсійне забезпечення, недержавний пенсійний фонд.

Постановка проблеми. Для українців пенсійного віку пенсійна виплата часто стає єдиним джерелом доходу. На сьогоднішній день в Україні на 12 млн пенсіонерів припадає 10 млн працюючих громадян. Їх внески у вигляді єдиного соціального внеску не покривають потреби в пенсійних виплатах. Щодо третього рівня пенсійної системи, то недержавне забезпечення ще не набуло бажаного масштабу. Кількість недержавних пенсійних фондів в базовому році зменшилася в порівнянні з попереднім, найбільша кількість з яких зосереджена у м. Києві.

Аналіз останніх досліджень. Багато вчених економістів розглядали у своїх дослідженнях питання пенсійного забезпечення, це пояснюється соціально-економічним значенням цього процесу. Проблеми пенсійного забезпечення завжди були в центрі уваги серед вчених, з яких варто виділити наступних: Н. А. Волгін, Т. О. Дідковська, Т. В. Кравчук, М. Б. Ріппа, Л Г. Стожок та інші. В роботах науковців розкривається питання сутності і значення пенсійної системи. Однак розвиток соціально-економічної системи держави, нові практичні напрацювання у фінансовій та соціальних сферах вимагають подальших досліджень.

Мета статті. Мета статті полягає в аналізі розвитку недержавного пенсійного забезпечення України, а також дослідженні результатів пенсійної реформи.

Виклад основного матеріалу. Поняття пенсійного забезпечення не ідентичне за значенням поняттю пенсійної системи. Пенсійне забезпечення – це державна система правових, організаційно-адміністративних та економічних заходів щодо захисту громадян унаслідок настання старості, інвалідності або втрати годувальника. За допомогою цієї системи саме забезпечуються умови обчислення й виплати пенсій залежно від зроблених у період трудової діяльності обов'язкових чи добровільних пенсійних внесків. Необхідно врахувати, що в накопичувальних пенсійних системах, крім іншого, враховується ще й тривалість страхового стажу, тобто тривалість часу нагромадження страхових внесків, що суттєво впливає на розмір пенсій.

Система пенсійного забезпечення знаходиться під впливом пенсійної політики, напрями і зміст якої залежать не тільки від фінансово-економічних можливостей держави, але й співвідношення соціальних інтересів, мотивації уряду, ідеології і політики правлячих партій та активності громадянського суспільства.

Структурна характеристика пенсійного забезпечення дозволяє виявити джерела фінансування пенсій. Державна солідарна пенсійна система має три джерела: відрахування із заробітної плати працівників, обов'язкове відрахування з фонду заробітної плати та державні дотації.

Накопичувальна пенсійна система має такі джерела фінансування: обов'язкові або добровільні внески працівників та доходи від інвестицій пенсійних накопичень.

Приватні накопичувальні пенсійні фонди формуються за рахунок: відрахувань у вигляді внесків працівників, відсотків від капіталізації внесків та перекидання коштів з інших фондів за бажанням працівника.

Принциповим питанням будь-якої пенсійної системи є питання організації виплати пенсій. У солідарній пенсійній системі держава організовує, керує і контролює умови, розміри і терміни виплати пенсій. В інших пенсійних системах розміри пенсій, терміни та умови їх виплати обумовлюються в договорі між працівником і страховим агентством.

Традиційно пенсійні системи спрямовано на виконання низки функцій, що включають захист доходів і згладжування споживання в старості, а також перерозподіл доходів. Пенсійне забезпечення виконує дві основні функції, що характеризують його загальні риси: розподільчу й відтворювальну. Реалізуючи ці функції, необхідно погоджувати економічні інтереси працездатних членів суспільства, які створюють матеріальні блага, і непрацездатних. Крім цього, пенсійне забезпечення реалізує свої внутрішні, специфічні функції. До них належать:

– розрахунок тривалості трудового стажу працівника;

– облік і розподіл накопичувальних пенсійних внесків;

– оформлення виплати пенсій;

– зберігання і доставка грошових коштів та ін.

Виходячи з такого трактування функції пенсійного забезпечення, держава будує свою політику і приймає законодавчі акти, які б об'єктивно регулювали соціальну систему в цілому і пенсійне забезпечення зокрема, з метою забезпечення соціальної політики та економічної стабільності в державі.

На фінансовий актив пенсійного фонду претендують різні категорії непрацездатних, яких за їхнім трудовим внеском можна поділити на три групи:

– працівники, які продуктивно відпрацювали необхідний трудовий стаж і дожили до пенсійного віку;

– працівники, які втратили свою працездатність у процесі своєї діяльності;

– особи, які не працювали з різних причин: діти, які втратили годувальників, інваліди з дитинства.

© Скороход І. П., Конєва І., 2017

Спільним між ними є те, що всі вони потребують пенсійного забезпечення. Відмінності між ними полягають у тому, що представник кожної групи має різний рівень пенсійного забезпечення.

Головним джерелом фінансового забезпечення пенсійної системи є кошти солідарної системи, тому що вона є загальнообов'язковою та охоплює все населення країни, тоді як кошти, отримані з інших джерел, лише додатковий фінансовий ресурс. Тому основною формою фінансового забезпечення пенсійної системи в Україні є фінансування за рахунок єдиного внеску. У процесі фінансування найповніше розкривається призначення пенсійного забезпечення, його спрямованість на виконання функцій соціального забезпечення населення країни, рівень корисності цих функцій для суспільства.

Існують пенсії у солідарній системі, у накопичувальній державній та недержавній системах. У солідарній системі пенсії різняться за правовою підставою їх виплати: у зв'язку з настанням старості, інвалідності, при втраті годувальника.

В Україні, як і в більшості розвинених країн, прийнята трирівнева система пенсійного забезпечення, яка включає: обов'язкову державну систему перерозподілу пенсійних коштів між поколіннями; обов'язкову накопичувальну систему, в якій пенсія залежить від коштів, накопичених на індивідуальних рахунках застрахованої особи та інвестиційних доходів; добровільне недержавне пенсійне страхування. На сьогодні працює тільки загальнообов'язкова державна пенсійна система та недержавні пенсійні фонди [12].

В Україні фінансування системи пенсійного забезпечення в умовах реформування пенсійного фонду є одним із актуальних питань сучасної соціальної політики. Останнім часом поняття «пенсійне забезпечення» стало предметом не тільки наукових дискусій, а навіть політичних спекуляцій, більшість людей сприймають його як обов'язкову, державну, соціальну виплату, що призвело до утриманського ставлення до пенсії, зруйнувавши тим самим стимул до її заробітку протягом трудового періоду життя людини.

Вже в 2017 році учасниками нової системи пенсійного забезпечення стануть 6 мільйонів громадян України, що надасть можливість залучити в економіку країни близько 5 мільярдів гривень для подальших інвестиційних вкладень.

В результаті пенсійної реформи в Україні коефіцієнт оцінки стажу понизили з 1,35 до 1%, тепер пенсії рахуються за формулою:

П = ЗС х КЗ х КС х 1%, де

П – розмір пенсії в гривнях;

ЗС – середня місячна заробітна плата в Україні за три останні календарні роки;

КЗ – коефіцієнт заробітної плати (співвідношення своєї і середньої по країні зарплати);

КС – стаж.

Враховуючи, що у формулі враховується показник середньої заробітної плати, яка періодично зростає, пенсії які були розраховані раніше потребують перерахунку. Частина пенсій розрахований за показником зарплати 2007 року, з урахуванням середньої за три роки зарплати в 1198 гривень, тоді як середня зарплата за останні три роки з 2014 по 2016 – 3764 гривні. Це призводить до того, що чим молодше пенсіонер, тим вище у нього пенсія [11].

Отже, одне з важливих нововведень пенсійної реформи – всі вже призначені пенсії перерахують з урахуванням середньої зарплати за три минулих роки. Але при цьому коефіцієнт оцінки стажу зменшили з 1,35% до 1%. В тих пенсіонерів, які давно вийшли на пенсію, виплати значно підвищаться. А щодо тих, хто тільки збирається, в результаті скорочення коефіцієнта стажу, розмір пенсійних виплат скоротиться на 25%. Всього пенсії піднімуть 5,6 мільйонам українців, адже у решти розмір середньої зарплати в формулі ще не встиг застаріти, або ж вони мало заробляли.

Розмір підвищення пенсійних виплат залежить від рівня інфляції, якщо ціни зросли на 10%, то і пенсії повинні збільшитися мінімум на 10% від мінімальної заробітної плати. Якщо прожитковий мінімум 1247 гривень, а пенсії підвищують, наприклад, на 5%, то і тому пенсіонеру, який заробив пенсію в 1300 гривень, і тому, хто отримує 2000 гривень, додадуть по 63 гривні.

Пенсійний вік в Україні у 2017 році для чоловіків становить 60 років, для жінок – 57 років і 6 місяців, якщо така не має інших пільг за віком. Щоб вийти на пенсію, наступного року знадобиться 25 років стажу. І з кожним роком ця вимога збільшуватиметься на 12 місяців. В результаті 2028 року для пенсії в 60 потрібно відпрацювати вже 35 років. Вимога в 25 років зможуть виконати 85% українців. Але 2028-го 35 років стажу матимуть тільки 55% 60-річних. Решті доведеться працювати без пенсії до 63 або 65 років. Вимоги для виходу на пенсію в 63 роки також збільшуватимуть на 12 місяців щорічно – з 15 до 25 років. А ось щоб вийти на пенсію в 65, як і зараз, 2028 року знадобиться всього лише 15 років стажу.

Повноцінно ці нововведення запрацюють тільки 2021 року. З наступного року і до кінця 2020 законопроект передбачає державну допомогу українцям, які досягли 60 років у період з 2018 по 2021 рік і при цьому мають менше необхідного стажу. Згідно із законом, вони повинні чекати пенсію до 63 або 65 років, але ці кілька років вони можуть отримувати допомогу від держави. Держава гарантує соціальну допомогу якщо не набереться і 15 років стажу.

Також є можливість докупити два відсутніх роки стажу. Вартість стажу обчислюється за формулою: мінімальна зарплата х 22% х 24, якщо один рік, якщо два – то помножити на 42. Наразі 22% від мінімальної зарплати – це 702 гривні, мінімальний внесок. Тож, щоб купити два роки стажу, потрібно заплатити 29 568 гривень.

Згідно з новою пенсійною реформою, скасування прибуткового податку на пенсії не йдеться. Прибутковий податок, а саме 18%, стягується тільки з частини пенсії, яка перевищує 10740 гривень. Також, якщо людина працює і має пенсію вище 150% від прожиткового мінімуму для непрацездатних – це неповна виплата яка складає 85% від розміру пенсії. Наразі 15% з виплати працюючим пенсіонерам залишається в бюджеті Пенсійного фонду. Так званий «податок» в рамках реформи скасують шляхом збільшення розміру пенсії для працюючих на 17,6%. А таких в Україні – приблизно 600 тисяч осіб.

Система недержавного пенсійного забезпечення становить третій рівень пенсійної системи. Розбудова пенсійної системи відбувається починаючи з 2004 року після набрання чинності Законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення». Основу такої системи становлять недержавні пенсійні фонди [6].

Для отримання додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат та залучення

необхідних для модернізації економіки довгострокових інвестиційних ресурсів потрібно розвивати третій рівень пенсійної системи, а саме систему недержавного пенсійного забезпечення. НПФ має статус неприбуткової установи, тобто не має на меті одержання прибутку для його подальшого розподілу між засновниками фонду.

Весь отриманий фондом інвестиційний дохід розподіляється тільки між його учасниками. Пенсійні внески стають власністю учасника фонду одразу після їх зарахування на рахунок в НПФ, незалежно від того, хто їх платив – сам учасник, його роботодавець або родичі. Пенсійні кошти не можуть бути вилучені з фонду іншими особами або перерозподілені між іншими учасниками фонду.

Учасник НПФ має право розпоряджатися своїми пенсійними коштами згідно з законодавством, тобто протягом періоду накопичення – переводити до іншого НПФ, а за певних підстав – отримувати у вигляді пенсійних виплат.

Пенсійні кошти учасника можуть успадковуватись його спадкоємцями. НПФ не може бути проголошений банкрутом та ліквідований зазаконодавством про банкрутство. Ліквідація НПФ може бути проведена за спеціальною процедурою під контролем Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України. При цьому пенсійні накопичення громадян переводяться за вибором учасників до інших НПФ, страхових організацій або банківських установ, які надають послуги з недержавного пенсійногозабезпечення.

Недержавні пенсійні фонди можуть бути трьох видів залежно від складу їх засновників та учасників: корпоративні, професійні та відкриті. У назві кожного фонду зазначається його вид.

Недержавні пенсійні фонди для виконання своїх функцій використовує послуги інших юридичних осіб – адміністратора, компанії з управління активами і банка-зберігача. Рада фонду вибирає такі компанії, укладає з ними договори прообслуговування фонду і контролює їх роботу. Вкладники перераховують пенсійні внески на рахунок НПФ. Адміністратор НПФ обліковує інформацію про суми внесків та інвестиційного доходу на індивідуальних пенсійних рахунках учасників. Компанії з управління активами примножують кошти, що надходять, шляхом їх інвестування в акції, облігації та інші інвестиційні продукти, але вони не мають прямого доступу до пенсійних коштів.

Усі операції з пенсійними коштами здійснюються через зберігач, який після перевірки відповідності вимогам з інвестування перераховує гроші на придбання різних фінансових інструментів. Інвестиційний дохід, за вирахуванням адміністративних витрат на обслуговування фонду, розподіляється між учасниками та обліковується на рахунку кожного учасника. Отриманий дохід повторно інвестується, в результаті чого кошти НПФ зростають за принципом складного відсотка.

Така структура НПФ була передбачена з метою недопущення втрати пенсійних накопичень і забезпечення «прозорості» діяльності фондів. НПФ юридично відокремлений від засновників, роботодавців-вкладників і компаній, які надають послуги. Тому навіть у разі банкрутства або ліквідації будь-якої з цих компаній, в тому числі й зберігача, пенсійні кошти не будуть втрачені.

Пенсійні внески до НПФ сплачуються у порядку та розмірах, встановлених пенсійним контрактом. Пенсійні фонди дозволяють гнучко враховувати фінансові можливості вкладників, оскільки можна змінювати розміри та періодичність сплати внесків відповідно до умов обраних пенсійних схем, а також за певних умов тимчасово або повністю припиняти їх сплату [11].

Мінімальний розмір пенсійних внесків може встановити рада НПФ – на рівні не вище 10% мінімальної зарплати у розрахунку на місяць. Максимальний розмір внесків не обмежується, але, як правило, не перевищує межі податкових пільг. Так, підприємство, яке сплачує пенсійні внески на недержавне пенсійне забезпечення найманого працівника, може відносити на валові витрати суми таких внесків у розмірі до 15% зарплати працівника за рік, але не більше граничної суми податкової соціальної пільги, тобто суми прожиткового мінімуму для працездатних осіб, помноженої на 1,4. Крім того, пенсійні внески не включаються до фонду оплати праці, тобто на них не здійснюються обов'язкові соціальні нарахування.

Розмір пенсійних внесків до корпоративного або професійного НПФ, що сплачуються за кошти засновників цих фондів та роботодавців-платників, може визначатися у колективному договорі.

При участі у відкритому НПФ роботодавці можуть самостійно вирішувати, за яких працівників сплачувати внески і в якому розмірі, коли починати і припиняти сплату таких внесків.

Додаткову недержавну пенсію можна одержувати поряд з державною. Розмір пенсії з НПФ не залежить від трудового стажу, на відміну від державної пенсії, а залежить від суми коштів учасника, накопичених в НПФ. Пенсійні накопичення учасника НПФ формуються за рахунок пенсійних внесків та доходу від їх інвестування за вирахуванням адміністративних витрат на обслуговування фонду. Чим нижче адміністративні витрати, тим більшою буде сума накопичень. Але у будь-якому разі оплата послуг обслуговуючих компаній не може перевищувати встановлених граничних розмірів.

Частка інвестиційного доходу, що додається до суми внесків, значною мірою залежить від тривалості участі в НПФ, чим раніше стати учасником фонду, тим більшу суму пенсійних коштів можна накопичити. При цьому в НПФ можна робити порівняно невеликі періодичні внески.

Недержавний пенсійний фонд може виплачувати пенсію на визначений строк, а також одноразову виплату у передбачених випадках. Крім того, учасник, досягнувши пенсійного віку, може перерахувати пенсійні кошти з НПФ до страхової організації і отримувати довічну пенсію. Учасник НПФ самостійно визначає свій пенсійний вік та строк виплати пенсії.

Станом на 30.06.2017 в Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 64 недержавні пенсійні фонди та 22 адміністратори НПФ. Якщо порівняти кількість недержавних пенсійних фондів з попереднім 2016 роком, то ситуація погіршилася, адже в 2016 році налічувалось 66 НПФ, а кількість адміністраторів залишилася незмінною. Проте, загальна кількість учасників збільшилась, НПФ на 30.06.2017 зафіксовано 838 тис. осіб, станом на 30.06.2016 кількість учасників була дещо меншою, а саме: 831,2 тис. осіб.

В Україні недержавні пенсійні фонди зареєстровано у 8 регіонах України, по даним Державного реєстру фінансових установ. Найбільша кількість НПФ зосереджена у м. Києві – 46, або 71,9% від загальної кількості зареєстраваних НПФ.

На сьогодні, переважну більшість учасників НПФ становлять особи віком від 25 до 50 років, а саме 61,8%. Близько 27% особи вікової групи від 50 до 60 років. Частка учасників НПФ вікової групи старше 60 років складає 9,4%. Всього лише 1,8% складає молодь до 25 років [12].

Сукупно недержавними пенсійними фондами станом на 30.06.2017 було здійснено пенсійних виплат, а саме одноразових та на визначений строк 83,2 тисячам учасників.

Середній розмір одноразової пенсійної виплати на одного учасника НПФ, який отримав чи отримує пенсійну виплату одноразово, станом на 30.06.2017 становить 6,6 тис. грн., це порівняно з 2016 більше на 300 грн, а з 2015 року на 800 грн. Середній розмір пенсійної виплати на визначений строк на одного учасника НПФ, який отримав чи отримує пенсійну виплату на визначений строк, з кожним роком можна помітити позитивну тенденцію до зростання. Так якщо взяти 2016 рік середній розмір становив 18,8 тисяч, в 2016 році він виплата зросла до 28,3 тис. грн., а вже на 30.06.17 середній розмір пенсійної виплати виріс до 40,2 тис. грн.

Одним із основних якісних показників, які характеризують систему НПЗ, є сплачені пенсійні внески. Сума пенсійних внесків станом на 30.06.2017 становить 1 945,6 млн. грн., збільшившись протягом дванадцяти місяців на 5,3 (97,8 млн. грн.). Порівняно зі станом на 30.06.2015 сума пенсійних внесків станом на 30.06.2016 збільшилась на 0,1% (2,2 млн. грн.).

Загальна вартість активів, сформованих недержавними пенсійними фондами, станом на 30.06.2017 становила 2 248,7 млн. грн., що на 12,4%, або на 248,4 млн. грн. більше в порівнянні з аналогічним періодом 2016 року та на 4,2%, або на 91,6 млн. грн. більше в порівнянні з аналогічним перідом 2015 року.

Проте, функціонування недержавних пенсійних фондів у економічному середовищі тільки проходить стадію розвитку та інтеграції, тож несе у собі багато ризиків. Діяльність НПФ зосереджена на забезпеченні прибутковості та надійності вкладів громадян, тому управління ризиком та його ідентифікація є важливою ланкою в управлінні фондом. У цьому контексті необхідними є розгляд та аналіз всіх ризиків, пов'язаних із діяльністю НПФ.

Особливим є той факт, що вітчизняні НПФ проводять свою діяльність на ринку, який ще тільки розвивається, і тому перелік та спектр ризиків є доволі великим. Задля ефективного управління НПФ менеджмент фонду має вжити заходів для зменшення впливу ризиків, як фінансових, так і нефінансових на діяльність фонду. Звичайно, є фактори ризику, які неможливо зменшити чи передбачити, але принаймні необхідно бути до них готовими.

Беручи до уваги вітчизняне середовище, найвагомішими вбачаються ризики недовіри, оскільки вони прямо впливають на величину капіталізації системи недержавного пенсійного забезпечення. Недовіра громадян до НПФ є фактором стримування до інвестування у забезпечену старість, іншим фактором є також невисокі доходи українського суспільства загалом і недовіра у зв'язку із пережитим періодом шахрайських систем у 90-х роках. Іншим вагомим ризиком вбачається також системний ризик, оскільки рівень пов'язаності фінансових структур в Україні є досить високим, і тому вбачається тут непрозора конкуренція.

Висновки. Найважливішою проблемою, що гальмує розвиток системи недержавного пенсійного забезпечення є несприйняття її як альтернативи державній системі. Останніми роками, замість комплексного розвитку всієї пенсійної системи йде однобічне нарощування ресурсів Пенсійного фонду. Причому коштів не вистачає, це при тому, що в Україні, зокрема, один із найвищих у світі обов'язковий збір до Пенсійного фонду. А середня пенсія за віком набагато менша ніж в Європі.

Іншою проблемою, що лежить на шляху поширення даного виду фінансових послуг є низька фінансова обізнаність населення України, причому ступінь поширення фінансових послуг в Україні є нижчим порівняно з європейськими державами. Так, за результатами першого всеукраїнського соціологічного дослідження «Фінансова грамотність та обізнаність в Україні» було встановлено, що 39 % населення нашої країни не мають банківських рахунків. Більшість громадян користуються лише базовими фінансовими послугами, серед яких – оплата комунальних платежів через банк – 72%, пластиковою карткою користується 68% населення. Однак, населення практично не користується, так званими, інвестиційними послугами, зокрема такими фінансовими інструментами, як акції, облігації або інвестування в недержавні пенсійні чи інвестиційні фонди.

При цьому українці не зацікавлені в отриманні більшого обсягу інформації про фінансові продукти. Це пояснюється низкою причин – браком коштів для здійснення інвестицій, слабкою довірою до фінансової системи взагалі або простим нерозумінням того, як користуватися фінансовими послугами. Отже, вирішити проблему низьких пенсій та надати можливість громадянам отримувати пенсії, відповідно їх заробіткам в період трудової діяльності, можливо шляхом підвищення фінансового освітнього рівня споживачів.

Список використаних джерел:

1. Ріппа М.Б. Державне пенсійне забезпечення в Україні та шляхи його розвитку : «Гроші, фінанси і кредит» / М.Б. Ріппа. – К., 2007. – 19 с.
2. Пенсійний фонд України. Організаційно-правові та соціально-економічні засади функціонування / Б.О. Зайчук, О.Б. Зарудний, С.Б. Березіна, В.Т. Александров. – К. : АВТ, 2006. – 284 с.
3. Про пенсійне забезпечення : Закон України від 6 груд. 1991 р. № 1931-XII // ВВР України. – 1992. – № 3. – Ст. 11.
4. Толуб'як В. Раціоналізація пенсійної системи України / В. Толуб'як // Економіка та держава. – 2010. – № 8. – С. 111–114.
5. Довідкові матеріали: Розмір мінімальної заробітної плати. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cons.parus.ua/_dict_view.asp?rnx=.0DHE47fc09fe29cefe2626b6a689827b503d.
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення пенсій: закон України (Відомості Верховної Ради). – 2017. – № 40-41, ст. 383). – [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2148-19.
7. Гановська Д.І. Перспективи розвитку НПФ в Україні / Д.І. Гановська // Регіональна економіка. – 2006. – № 4. – С. 207–210.
8. Демченко М.В. Сучасний стан та проблеми розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні / М.В. Демченко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.9.

9. Панченко І.В. Недержавне пенсійне забезпечення в Україні: стан і перспективи розвитку// Управління розвитком. – 2011. – № 5(102). – С. 43–44.
10. Державний реєстр фінансових установ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://nfp.gov.ua/content/derzhavniy-reestr.html?PrintVersion.
11. Нацкомфінпослуг Реєстр наборів відкритих даних. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://nfp.gov.ua/ua/Reiestr-perelik-naboriv-vidkrytykh-danykh.html.
12. Толуб'як В.С. Ризики системи пенсійного забезпечення [Електронний ресурс] / В.С. Толуб'як, 2011 рік. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_upravl/2010_4/30.pdf.

Скороход И. П.
Конева И.
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УКРАИНЕ

Резюме
Пенсионное обеспечение является важной составляющей социального обеспечения населения и выступает как государственная базовая гарантия развития общества, поскольку охватывает одновременно интересы как трудоспособного, так и нетрудоспособного населения. Именно пенсионное обеспечение рассматривается как особый составляющий элемент социальной функции государства, и вместе с тем, как совокупность методов удовлетворения материальных потребностей населения которые, соответственно по существующему законодательству, имеют право на получение пенсий.
Ключевые слова: пенсионная система, пенсионные вклады, пенсионное обеспечение, негосударственный пенсионный фонд.

Scorohod I. P.
Koneva I.
Odessa I. I. Mechnikov National University

PECULIARITIES OF NON-GOVERNMENT PENSION PROVISION SYSTEM DEVELOPMENT IN UKRAINE

Summary
Pension provision is an important component of social security of the population and acts as a state basic guarantee of development of society, because it covers the one-to-one interests of both working and non-working people. Pension security is considered as a special component of the social function of the state, and however, as a combination of methods to meet the material needs of those layers of settlement, which, in accordance with the current legislation, are entitled to a pension.
Key words: pension system, pension contributions, pension provision, non-government, pension fund.

УДК 656.078

Шемаєв В. В.
Національний інститут стратегічних досліджень

ДОСВІД ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ ЩОДО РОЗБУДОВИ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ВИСНОВКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Статтю присвячено проблемі обґрунтування сучасних механізмів управління розвитком транспортної інфраструктури України з урахуванням досвіду Південної Кореї у цій сфері. Висвітлено особливості транспортного сектору Південної Кореї, зокрема щодо організації управління розвитком транспортної інфраструктури. Запропоновано стратегічні напрями розвитку транспортної інфраструктури України відповідно до положень Національної транспортної стратегії України на період до 2030 р.
Ключові слова: транспортна інфраструктура, транспортний сектор Південної Кореї, стратегія, управління розвитком, стратегічне планування.

Постановка проблеми. Чи може країна після війни вийти на шлях стабільного зростання завдяки розвитку транспортної інфраструктури? Так, саме це й довела Південна Корея, яка стала майже півстоліття тому на шлях осмислення і реалізації своїх сильних сторін, партнерства з розвиненими країнами західного світу і просування вітчизняного бізнесу на зовнішніх ринках. Оточеній такими країнами-гігантами, як Китай, Японія і Росія, відрізаній від зовнішнього світу по суші Північною Кореєю, з обмеженим набором природних ресурсів, Південній Кореї вдалося вийти на інтенсивний шлях економічного розвитку. І сьогодні багато експертів називають цю країну лідером у багатьох секторах: кібербезпеці, електроніці та ІКТ, транспортному машинобудуванні, трансшипменту в портах. Розвиток транспортної інфраструктури це забезпечив: країною курсують високошвидкісні потяги КТХ (розвивають швидкість до 305 км/год.), метрополітен Сеула здійснює перевезення не тільки

© Шемаєв В. В., 2017

5 млн. городян, а й жителів агломерації, кількість яких перевищує 20 млн. осіб. Міжнародну торгівлю і туризм у країні обслуговують 31 порт, більше десятка аеропортів, контейнерні та вантажні термінали, мережа платних доріг. Транспортний сектор Південної Кореї має особливості, які можна відзначити для розуміння загальних тенденцій та визначення актуальних для України методів розвитку транспортної інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку транспортної інфраструктури безпосередньо досліджувалися у працях: П.Н. Розенштейн-Родан [1], Т.В. Блудової [2], Г.І. Нечаєва, В.О. Струка [3], В.О. Гудкова [4], О.М. Ложачевської [5], Д.К. Прейгера [6], В.І. Бережного, С.Ю. Максимової [7], П.Ю. Бєленького [8], А.Б. Моттаєвої [9], М.І. Котлубая [10], Ю.Є. Пащенка [11], Н.В. Кудрицької [12], Н.М. Бондар [13], І.П. Садловської [14].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас можна говорити про недостатню увагу до проблеми обґрунтування шляхів розвитку транспортної інфраструктури України із застосуванням досвіду Південної Кореї в контексті використання транспортної інфраструктури для забезпечення економічного зростання у цій країні в умовах подолання кризових явищ, викликаних військово-політичними чинниками.

Мета статті полягає у висвітленні особливостей транспортного сектору Південної Кореї в контексті обґрунтування підґрунтя формування механізму управління розвитком транспортної інфраструктури України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток транспортного сектору Південної Кореї має особливості, пов'язані, *по-перше*, з організацією управління, що спирається на науку і планування. Так, корейська система стратегічного планування у сфері транспорту базується на по-азійському суворій ієрархії стратегічних документів. У середньому цикл планування – 10 років, регулярне оновлення документів і майстер-планів – кожні п'ять років (підготовка починається за півтора роки до настання «екватора»). Допомагають уряду і місцевій владі у цьому спеціалізовані інститути, що знаходяться у сфері управління уряду:

– Korea Transport Institute (KOTI) займається розробленням 10-річних стратегій і планів для галузі (рис. 1). Зважаючи на членство країни в ОЕСР, може надавати консультації в контексті розроблення документів стратегічного характеру в Україні;

– Korea Maritime Institute (KMI) є провідним інститутом у морській галузі (може надавати послуги у дослідженнях з портами України і потенційно може виступити виконавцем робіт із виконання меморандуму, підписаному Україною з корейським портом Пусан). Асоціація корейських портів веде програму Korea Cooperative Supporting Center for Overseas Port Development, націлену на вивчення зарубіжного потенціалу для корейського морегосподарського комплексу та надання технічної допомоги портам у країнах, що розвиваються;

– Korea Railroad Research Institute займається розробленням технологій та інноваційних розробок для залізничної галузі, тестуванням рухомого складу та ін. Наприклад, зараз там ведеться робота над упровадженням LTE-R для передачі даних, розробленням інноваційного контейнера 4-fold, що складається, тощо.

Другою особливістю є створення в країні сприятливих умов для діалогу держави та бізнесу. Коли в Південній Кореї мова заходить про репрезентативні органи, то це про їхню якість, а не кількість. Нижче розглянемо кілька прикладів того, які умови для організації діалогу створює держава:

– Korea Integrated Logistics Association (KILA) була створена на основі статті 55 Рамкового закону про логістичну політику Кореї і нині є афілійованою організацією при Міністерстві землі, інфраструктури та транспорту цієї країни. Організація об'єднує понад 500 компаній логістичного сектору, у тому числі складські майданчики, перевізників, порти та інших учасників логістичного процесу. До її функцій належать: налагодження діалогу індустрії з державою, освітні програми (у тому числі сертифікація з логістики), виставки та встановлення міжнародного діалогу. Через свій національний логістичний портал Асоціація встановлює комунікації щодо державної інформації з питань транспорту і логістики – від законів до статистики і здійснення досліджень щодо інвестиційних можливостей за кордоном. Сьогодні ця Асоціація готова розміщувати на своїх власних інформаційних ресурсах інформацію про інвестиційні можливості в Україні та поширювати її серед своїх членів;

– Korea Trucking Association – асоціація автоперевізників Кореї. Складно уявити, але більше 91% вантажних перевезень в Кореї здійснюється автомобільним транспортом (табл. 1). Коротке транспортне плече (200–400 км) робить цей вид транспорту найбільш економічно привабливим. Загальна мережа національних і локальних доріг Південної Кореї налічує близько 109 тис. км доріг, з яких близько 4,5 тис. є швидкісними (і, відповідно, платними). Плата стягується за допомогою електронної карти Hi-Pass. Окрім державних доріг, є й приватні BOT-концесійні магістралі на короткі, але завантажені ділянки, наприклад до

Рис. 1. Процес розроблення стратегічних документів на прикладі логістичної стратегії Південної Кореї

Джерело: складено автором за даними KOTI

Таблиця 1

Вантажні перевезення в Республіці Корея за видами транспорту, 2016 р.

Вид транспорту	Обсяг (тис. т)	Частка (%)	Обсяг (млн. т/км)	Частка (%)
Автомобільний	1 761 291	91,94	132 382	76,19
Залізничний	37 093	1,94	9 256	5,33
Каботаж (внутр.водний)	117 074	6,11	31 995	18,41
Повітряний	288	0,01	112	0,06
Всього	1 915 746	100	173745	100

Джерело: KOTI (2016 р.)

аеропорту. Встановлено ваговій ліміт для вантажних автомобілів на цих дорогах (40 т). На початку 2000 р. Асоціація змогла переконати уряд субсидувати перевізників, і близько 25–30% від вартості палива компенсується їм як субсидії. При цьому, звичайно, застосовуються регульована державою націнка на автоперевезення, а також лімітовані обсяги, пропоновані для компенсації.

Наступна особливість пов'язана з правильним використанням географічного положення навіть в умовах наземної блокади країни. Безумовно, якщо є вихід до моря. Для розуміння: до 99% обсягів міжнародної торгівлі Кореї здійснюється через морські порти. Всього портів 60, майже половину з них обробляють судна в каботажі. Провідний корейський порт Пусан у 2016 р. перевалив близько 20 млн TEUs, 50% з яких – трансшипмент (тобто перевантаження контейнерів у проміжному порту для подальшого транспортування). Тим самим реалізується головна стратегія Кореї – стати головним сполучним мостом для товаропотоку маршрутом Китай – Японія. У цілому країна умовно розділена на сім географічних дивізіонів, в яких порти мають певну спеціалізацію: для торгівлі з КНР, для обслуговування металургійної промисловості, контейнерні та круїзні порти тощо. При цьому спеціалізація сталася через природні чинники наближеності до тих чи інших виробничих центрів, ніж за директивним методом від уряду.

Корейська залізниця KORAIL сьогодні повною мірою не може реалізувати свій потенціал через блокаду на півночі і жорстку конкуренцію з боку автомобільних перевізників. Очевидно, на це впливають і структура економіки (у тому числі номенклатура вантажів), і розміщення важкої промисловості поблизу портів. У Південній Кореї досить розвинене пасажирське залізничне сполучення, доходи від якого крос-субсидують вантажні перевезення. Крім того, KORAIL управляє системою метрополітену Сеула. Розпочата за моделлю французьких залізниць SNCF, реформа доріг призвела до виділення Korea Rail Network Authority як менеджера інфраструктури. Своїми цілями до 2020 р. залізниці ставлять такі: електрифікувати до 85% шляхів і досягти 79% рівня т. зв. «дабл-треку» (двухпуткі).

Для накопичення партій вантажів, оптимізації логістики в країні діють так звані «сухі порти» у вигляді митно-ліцензійних складів, контейнерних і вантажних терміналів (депо). Їх розміщення чітко сплановано, щоб оптимально обслуговувати основні маршрути, забезпечуючи гармонійний розвиток усіх регіонів країни. Реалізація таких потужностей переважно відбувається на умовах державно-приватного партнерства, в якому держава як свій внесок надає земельні ділянки і будівництво адміністративних будівель.

Особливий інтерес становлять корейські транснаціональні компанії. Більшість із відомих світу брендів мають тут досить диверсифікований портфель бізнесів. Наприклад, ще донедавна корпорація Samsung займалася виробництвом машин, а підрозділ металургійного гіганта Posco активно займається трейдингом зернових. При цьому зарубіжні операції від імені компаній можуть вести їх дочірні компанії.

Виробник рухомого складу Hyundai Rotem добре відомий в Україні з часів Євро-2012. Цікаво, що в 2013 р. ця компанія була готова інвестувати в будівництво заводу в Україні за умови надання державних гарантій щодо програм оновлення рухомого складу. Сьогодні трейдінговая компанія Hyundai Corporation розглядає можливість інтенсифікації діалогу щодо поставок (або виробництва) електричних автомобілів в Україні.

Компанія Posco Daewoo також зацікавлена в інвестуванні будівництва зернового терміналу в одному з морських портів України. Адміністрація морських портів України МПУ підтвердила готовність посприяти в наданні інформації про другій термінал в Чорноморську (в тилу 7–9 причалів), концесійні проекти в морських портах Ольвії та Херсоні, про що компанії надано звіт про перспективи розвитку транспортної галузі в південних областях України.

Висновки. Транспортна інфраструктура – рушійна сила української економіки, яка дає змогу Україні реалізувати свої економічні можливості. Швидке, вчасне, надійне і безпечне перевезення вантажів та пасажирів має дуже велике значення для економічного зростання країни. Транспортна галузь України володіє потенціалом, необхідним для поліпшення якості та ефективності послуг перевезення, а також підвищення безпеки транспортних послуг. Досвід Південної Кореї щодо розбудови транспортної інфраструктури доцільно використати для визначення пріоритетних напрямів розвитку транспортної інфраструктури України, зокрема:

– запровадити управління стратегічним плануванням розвитку транспортної інфраструктури;

– збільшити протяжність автомобільних доріг І категорії в межах пріоритетних транспортних коридорів, створити інфраструктуру придорожніх сервісів у межах пріоритетних транспортних коридорів;

– модернізувати сполучення національних мереж автомобільних доріг із міжнародними мережами в межах основних коридорів, включаючи європейську мережу коридорів TEN-T та підвищити пропускну спроможність пунктів перетину кордону;

– створити можливості для інвестицій приватного сектору в експлуатацію та обслуговування автомобільних доріг;

– підготувати нормативно-законодавчу базу для державно-приватного партнерства у сфері автомобільного транспорту;

– зробити прозорим процес державних закупівель для розвитку будівництва та реалізації інфраструктурних проектів;

– впровадити правила Міжнародної федерації інженерів-консультантів (FIDIC) для контрактів на будівництво та інфраструктурні проекти;

– прийняти рекомендовану практику експлуатації та утримання об'єктів інфраструктури, запровадити експлуатацію та утримання, орієнтовані на результат;

– розширити можливості місцевої влади щодо забезпечення експлуатації та утримання автодоріг місцевого значення;

– розпочати роботу Державного дорожнього фонду з 2018 р.;

– сприяти розвитку мультимодальних транспортних рішень і розвитку логістичних мереж; скоротити дефіцит логістичних центрів та мультимодальних терміналів;

– ліквідувати субсидіювання пасажирських залізничних перевезень вантажним сегментом;

– модернізувати залізничні колії національної мережі залізниць;

– переглянути обмеження швидкості та інші обмеження залізничної мережі;

– зробити прозорими процедури проведення державних закупівель для експлуатації та утримання об'єктів інфраструктури, оптимізації виробничих процесів на підприємствах транспорту, укладання договорів про ДПП;

– стимулювати використання мультимодальних рішень у транспортній галузі та створення логістичних мереж;

– забезпечити доступ залізничного транспорту до морських портів України.

– збільшити потужність морських портів для обслуговування суден високої валової місткості;

– забезпечити належний стан шлюзів на внутрішніх водних шляхах України;

– забезпечити належну якість навігації річкою Дніпро, усунути низьку осадку, особливо на окремих ділянках внутрішніх водних шляхів, забезпечити залучення інвестицій у річкову інфраструктуру;

– вирішити питання нестачі фінансування, необхідного для підтримки розвитку інфраструктури, наприклад для оновлення злітно-посадкової смуги, побудови/реконструкції терміналів, оновлення аеронавігаційних засобів;

– забезпечити інтеграцію планів розвитку транспорту до планів стратегічного планування як на міському, так і на регіональному рівнях;

– надати підтримку місцевим органам влади щодо децентралізації управління інфраструктури місцевого транспорту;

– здійснювати інтегроване планування перевезень;

– заохочувати застосування нових технологічних рішень у галузі;

– застосовувати міжнародні стандарти проектування інфраструктури та обслуговування автомобільних доріг [15].

Усі проблеми можна подолати, залучивши міжнародну експертизу та об'єднавши зусилля влади на національному, регіональному і місцевому рівнях, а також користувачів транспортних послуг і операторів.

Напрямом подальших досліджень у цій сфері є обґрунтування механізмів залучення інвестицій за досвідом Південної Кореї в проекти розвитку транспортної інфраструктури України.

Список використаних джерел:

1. Rosenstein-Rodan P. Notes on the Theory of the «Big Push»/ P. Rosenstein-Rodan // Economic Development for Latin America. – N. Y., 1961. – P. 58–72.
2. Блудова Т.В. Моделювання інноваційно-інвестиційної діяльності в контексті економічної безпеки підприємства / Т.В. Блудова, В.В. Токар // Ефективна економіка. – 2013. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1826.
3. Формирование и развитие транспортно-коммуникационной и логистической инфраструктуры Востока Украины в условиях глобализации : [монография] / Г.И. Нечаев [и др.]. – Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2011. – 287 с.
4. Гудков В.А. Транспортная инфраструктура: качество придорожного обслуживания : [учеб. пособ.] / В.А. Гудков, Е.Ю. Серова, Н.С. Барикаева ; ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – 188 с.
5. Ложачевська О.М. Управління функціонуванням та розвитком транспортного комплексу регіону : [монографія] / О.М. Ложачевська. – К. : НАУ, 2002. – 248 с.
6. Стратегічні напрями розвитку транспортної галузі України у післякризовий період: аналіт. доп. / Д.К. Прейгер, О.В. Собкевич, О.Ю. Ємельянова ; за заг. ред. Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2012. – 112 с.
7. Бережной В.И. Проблемы формирования и управления развитием региональной транспортной инфраструктуры : [монография] / В.И. Бережной, В.А. Фурсов, С.Ю. Максимова. – Ставрополь : СевКавГТУ, 2010. – 187 с.
8. Інфраструктурне забезпечення конкурентної економіки регіонів (методологія і механізми) / П.Ю. Бєлєнький, О.Л. Вальдрат, Н.І. Гомольська [та ін.] ; наук. ред. П.Ю. Бєлєнький ; Нац. акад. наук України, Ін-т регіон. дослідж. – Л. : [б.в.], 2002. – 308 с.
9. Моттаева А.Б. Методология пространственного распределения предпринимательских структур региона на основе развития транспортной инфраструктуры : автореферат дис. ... доктора экономических наук : спец. 08.00.05 / А.Б. Моттаева. – Санкт-Петербург, 2012. – 45 с.
10. Котлубай М.И. Становление морского транспорта в рыночной среде / М.И. Котлубай ; Ин-т пробл. рынка и экон.-экол. исслед. НАН Украины. – Одесса, 2005. – 223 с.
11. Пащенко Ю.Є. Розвиток та розміщення транспортно-дорожнього комплексу України в умовах інтеграційних процесів : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Ю.Є. Пащенко. – Київ, 2006. – 31 с.
12. Кудрицька Н.В. Транспортно-дорожній комплекс України: сучасний стан, проблеми та шляхи розвитку : [монографія] / Н.В. Кудрицька. – К. : НТУ, 2010. – 338 с.
13. Бондар Н.М. Розвиток транспортної інфраструктури України на засадах державо-приватного партнерства : [монографія] / Н.М. Бондар. – К. : НТУ, 2014. – 336 с.
14. Садловська І.П. Стратегічне управління національною транспортною інфраструктурою України : [монографія] / І.П. Садловська. – К. : Сердюк В.Л., 2011. – 356 с.
15. Проект Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://mtu.gov.ua/news/28581.html.

Шемаев В. В.
Национальный институт стратегических исследований

ОПЫТ ЮЖНОЙ КОРЕИ ПО РАЗВИТИЮ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ: ВЫВОДЫ ДЛЯ УКРАИНЫ

Резюме
Статья посвящена проблеме обоснования современных механизмов управления развитием транспортной инфраструктуры Украины с учетом опыта Южной Кореи в этой сфере. Освещены особенности транспортного сектора Южной Кореи, в частности организации управления развитием транспортной инфраструктуры. Предложены стратегические направления развития транспортной инфраструктуры Украины в соответствии с положениями Национальной транспортной стратегии Украины на период до 2030 г.
Ключевые слова: транспортная инфраструктура, транспортный сектор Южной Кореи, стратегия, управление развитием, стратегическое планирование.

Shemayev V. V.
National Institute for Strategic Studies, Kyiv, Ukraine

THE EXPERIENCE OF SOUTH KOREA ON DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE: CONCLUSIONS FOR UKRAINE

Summary
The article is devoted to the problem of substantiating the mechanisms of managing the development of the transport infrastructure of Ukraine, taking into account the experience of South Korea in this field. The specifics of the transport sector of South Korea, in particular, the organization of management of transport infrastructure development, are highlighted. Strategic directions of development of the transport infrastructure of Ukraine in accordance with the provisions of the National Transport Strategy of Ukraine for the period until 2030 are proposed.
Key words: transport infrastructure, transport sector of South Korea, strategy, development management, strategic planning.

УДК 338.27

Щербіна В. В.
Університет державної фіскальної служби України

ОЦІНКА МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Формалізовано вітчизняний та міжнародний досвід у контексті методичного забезпечення у вигляді алгоритму прийняття рішення щодо вибору методик макроекономічного прогнозування та планування. Результати макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України узагальнено за різними методиками. Здійснений порівняльний аналіз ефективності методів прогнозування доходів державного бюджету України.
Ключові слова: макроекономічне прогнозування, методика прогнозування, державний бюджет, податкові надходження, неподаткові надходження, доходи від операцій із капіталом, цільові фонди, податок на прибуток підприємств, податок на додану вартість.

Постановка проблеми. Моніторинг відхилень між фактичними та плановими надходженнями до державного бюджету України дав змогу виявити неточності макроекономічного прогнозування та планування доходів як цільового орієнтиру, що, своєю чергою, ставить під загрозу економічну стабільність країни. Суттєвий вплив на формування доходів державного бюджету України здійснюють податкові надходження, частка яких за останні 10 років становить 70–82% і похибка у плануванні яких є неприпустимою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням методик макроекономічного прогнозування і планування займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як А.М. Вдовиченко, А.І. Зубрицький, Г.В. Оросос, О.В. Зварич, С. Каванаг та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Сьогодні відсутні конкретні практичні рекомендації щодо застосування тієї чи іншої методики макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету.

Мета статті полягає в аналізі наявних методик прогнозування доходів бюджету для пошуку шляхів підвищення ефективності державного регулювання макроекономічного планування доходів державного бюджету.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінку методичного забезпечення макроекономічного прогнозування та планування доходів бюджету доцільно почати з ідентифікації методів. Отже, у теорії економічного прогнозування та планування виділяють три групи методів: формалізовані, інтуїтивні та комплексі. У контексті макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України ці методи набувають специфічних особливостей, а саме: методи екстраполяції тенденцій описують процес формування доходів державного бюджету України в динаміці; методи моделювання, з одного боку, базуються на оцінці структурних співвідношень між ключовими макроекономічними показниками, а з іншого – реалізуються через прогно-

© Щербіна В. В., 2017

зування на основі показників адміністрування; експертні методи набувають надзвичайного значення під час остаточного визначення прогнозного показника; комбінаційне поєднання різних методів появляється у фінальному обґрунтуванні прогнозних значень.

У Сполучених Штатах Америки «поширеною практикою є використання простих методів аналізу часових рядів чи лінійної регресії у поєднанні з консенсус-прогнозами. При цьому точність прогнозування бюджетних доходів вища в тих штатах, де застосовується більш різноманітний інструментарій прогнозування» [2, с. 11]. Аналіз підходів до методичного забезпечення прогнозування в інших країнах (Австралії, Великобританії, Литві, Німеччині, Португалії тощо), який проведено А.М. Вдовиченком, А.І. Зубрицьким та Г.В. Оросос [2], засвідчив, що кожна з країн під час передбачення надходження доходів бюджету використовує метод прогнозування на основі показників адміністрування. Сама методика цього методу прогнозування відмінна між країнами, що зумовлено специфікою законодавчої бази кожної з держав.

Формалізацію вітчизняного та міжнародного досвіду в контексті методичного забезпечення макроекономічного прогнозування країни доцільно зробити у вигляді алгоритму прийняття рішення щодо вибору методик (рис. 1).

З наведеного алгоритму можемо зробити висновок, що у вітчизняній практиці макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України використовуються переважно методи екстраполяції, моделювання, експертних оцінок та у разі потреби їх комбіноване поєднання.

Рис. 1. Алгоритм прийняття рішення щодо вибору методик макроекономічного прогнозування та планування доходів бюджету країни

Джерело: складено автором за даними [3]

Для оцінки ефективності методів прогнозування доходів державного бюджету України зробимо прогноз на один рік за кожним із методів на основі інформаційних даних за десять років (табл. 1) та порівняємо результати прогнозування між собою і з фактичними даними. Для даного дослідження за об'єкт макроекономічного прогнозування та планування візьмемо ключові показники дохідної частини державного бюджету України, а саме: доходи державного бюджету, податкові та неподаткові надходження, доходи від операцій із капіталом, цільові фонди, податок на прибуток підприємств та податок на додану вартість.

Здійснимо макроекономічне прогнозування обраних для експерименту доходів державного бюджету України методами екстраполяції на основі середнього абсолютного приросту та коефіцієнту росту (табл. 2).

Порівняємо отримані результати прогнозування під час застосування методу екстраполяції на основі плинної середньої з фактичними значеннями показників (табл. 3).

Здійснимо макроекономічне прогнозування та планування обраних для експерименту доходів методом експоненціального згладжування (табл. 4).

У табл. 5 почнемо апробацію прогнозування на основі тренду.

Прогнозування на основі тренду має три етапи своєї реалізації:

1) оцінка щільності зв'язку (кореляції);
2) визначення виду та форми рівняння (регресії);
3) розрахунок на основі визначеного рівняння прогнозних значень та похибки прогнозу.

Результати розрахунку коефіцієнту кореляції для кожного з доходів державного бюджету України, які обрані для експерименту, на основі

Таблиця 1

Інформаційна база для проведення експерименту щодо оцінки ефективності макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України у розрізі різних методів прогнозування

Рік	Значення показників, млн. грн.								
	ВВП	Доходи державного бюджету	Податкові надходження	Неподаткові надходження	Доходи від операцій із капіталом	Цільові фонди	Інші надходження	Податок на прибуток підприємств	ПДВ
2004	345 113	70 338	44 854	22 381	851	241	2 011	16 025	16 734
2005	441 452	105 330	74 476	28 236	725	247	1 646	23 272	33 804
2006	544 153	133 522	94 812	35 753	554	674	1 729	25 863	50 397
2007	720 731	165 939	116 670	42 111	1 769	930	4 459	33 964	59 383
2008	948 056	231 722	167 883	52 854	2 125	1 022	7 838	47 456	92 083
2009	913 345	209 700	148 915	50 676	1 060	633	8 416	32 570	84 597
2010	1 082 569	240 615	166 872	65 067	586	1 157	6 933	39 969	86 316
2011	1 302 079	314 616	261 604	49 087	517	206	3 202	54 739	130 094
2012	1 411 238	346 053	274 715	68 287	1 231	254	1 566	55 350	138 827
2013	1 454 931	339 226	262 777	72 853	255	202	3 139	54 318	128 269

Джерело: систематизовано автором за даними [4]

Таблиця 2

Результати макроекономічного прогнозування та планування на 2014–2016 рр. методом екстраполяції на основі середнього абсолютного приросту та середнього коефіцієнту росту

Значення показника методом екстраполяції на основі середнього абсолютного приросту						
Назва показника	$\bar{\Delta}y$	y_1	y_n	$\hat{\hat{y}}_{n+1}$	$\hat{\hat{y}}_{n+2}$	$\hat{\hat{y}}_{n+3}$
Доходи державного бюджету	29 876,4	70 338,0	339 226,0	369 102,4	398 978,8	428 855,2
Податкові надходження	24 213,7	44 854,0	262 777,0	286 990,7	311 204,4	335 418,1
Неподаткові надходження	5 608,0	22 381,0	72 853,0	78 461,0	84 069,0	89 677,0
Доходи від операцій з капіталом	-66,2	851,0	255,0	188,8	122,6	56,4
Цільові фонди	-4,3	241,0	202,0	197,7	193,4	189,1
Податок на прибуток підприємств	4 254,8	16 025,0	5 4318,4	58 573,2	62 828,0	67 082,8
ПДВ	12 392,8	16 734,0	128 269,3	140 662,1	153 054,9	165 447,7
Значення показника методом екстраполяції на основі середнього коефіцієнту росту						
Назва показника	$\bar{k}_p$	y_1	y_n	$\hat{\hat{y}}_{n+1}$	$\hat{\hat{y}}_{n+2}$	$\hat{\hat{y}}_{n+3}$
Доходи державного бюджету	1,1910	70 338,0	339 226,0	404 018,2	481 185,6	573 092,1
Податкові надходження	1,2171	44 854,0	262 777,0	319 825,9	389 260,1	473 768,5
Неподаткові надходження	1,1401	22 381,0	72 853,0	83 059,7	94 696,4	107 963,3
Доходи від операцій з капіталом	0,8747	851,0	255,0	223,0	195,1	170,7
Цільові фонди	0,9806	241,0	202,0	198,1	194,2	190,5
Податок на прибуток підприємств	1,1453	16 025,0	54 318,4	62 210,9	71 250,1	81 602,7
ПДВ	1,2540	16 734,0	128 269,3	160 849,7	201 705,5	252 938,7

Джерело: складено автором

Таблиця 3

Оцінка ефективності макроекономічного прогнозування та планування під час застосування методу екстраполяції на основі плинної середньої

Назва показника	Значення показника					
	2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	прогноз	факт	прогноз	факт	прогноз	факт
Доходи державного бюджету	368964,0	357084,0	394996,8	534694,0	419230,5	616283,0
Податкові надходження	286940,2	280178,0	308472,3	409417,0	328791,3	503879,0
Неподаткові надходження	78929,9	68355,0	84014,7	120006,0	88746,7	103643,0
Доходи від операцій із капіталом	94,0	888,0	-82,4	171,0	-326,2	191,0
Цільові фонди	111,5	161,0	2,4	155,0	-121,0	287,0
Податок на прибуток підприємств	58332,0	39941,9	61628,0	34776,3	64474,3	54344,1
Податок на додану вартість	138938,0	139024,2	148208,3	178452,3	156979,8	139489,3

Джерело: складено автором

Таблиця 4

Результати макроекономічного прогнозування та планування на 2014–2016 рр. під час застосування методу експоненціального згладжування

Назва показника	Значення показника					
	$\hat{\hat{y}}_{t+1}$	Похибка прогнозного значення $\hat{\hat{y}}_{t+1}$	$\hat{\hat{y}}_{t+2}$	Похибка прогнозного значення $\hat{\hat{y}}_{t+2}$	$\hat{\hat{y}}_{t+3}$	Похибка прогнозного значення $\hat{\hat{y}}_{t+3}$
Доходи державного бюджету	339 019,3	9 742,6	339 012,6	9 449,7	339 012,3	9 373,3
Податкові надходження	263 723,6	8 614,3	263 754,2	8 449,7	263 755,2	8 541,1
Неподаткові надходження	71 732,9	2 248,2	71 696,6	2 133,3	71 695,4	2 016,4
Доходи від операцій із капіталом	380,9	126,0	384,9	126,2	385,0	126,5
Цільові фонди	212,5	76,6	212.8	74,8	212.8	65,6
Податок на прибуток підприємств	54 379,2	1 899,2	54 381,1	1 808,1	54 381,1	1 815,1
Податок на додану вартість	129 384,9	4 639,2	129 421,0	4 451,4	129 422,1	4 273,1

Джерело: складено автором за даними [5]

Таблиця 5

Коефіцієнти кореляції для кожного з доходів державного бюджету України, які обрані для експерименту, на основі рядів динаміки за період 2004–2013 рр.

Назва показника	Значення коефіцієнту кореляції
Доходи державного бюджету	0,9813
Податкові надходження	0,9650
Неподаткові надходження	0,9409
Доходи від операцій із капіталом	-0,2050
Цільові фонди	-0,1147
Податок на прибуток підприємств	0,9216
Податок на додану вартість	0,9650

Джерело: складено автором

рядів динаміки за 2004–2013 рр. наведено в табл. 5.

З табл. 5 видно, що значення коефіцієнтів кореляції для доходів від операцій із капіталом та цільових фондів є низьким (-0,2 та -0,1 відповідно), що свідчить про слабку щільність зв'язку та низьку ефективність прогнозування даних показників терновим методом.

Інші показники, обрані для експерименту, мають сильну щільність зв'язку та для прогнозування на основі тренду потребують визначення виду та форми рівняння регресії. Для цього із застосуванням інструментарію комп'ютерної програми Microsoft Excel 2010 визначимо величину вірогідності апроксимації для кожного з видів рівнянь, якими може описуватися регресія у розрізі кожного з показників, обраних для проведення експерименту (табл. 6).

Вибір виду рівняння, яке найбільш точно буде описувати регресію, здійснюється шляхом порівнянь величин вірогідності апроксимації (найбільш наближене до одиниці по модулю буде найточніше) (табл. 7). Результати прогнозування за визначеними рівняннями регресії наведено в табл. 8.

Для прогнозування методом на основі моделювання структурних зав'язків за базовий показник, щодо якого буде визначатися структурний зв'язок доходів державного бюджету України, обраних для експерименту, взято валовий внутрішній продукт, а саме: фактичні його значення за період 2004–2013 рр. та прогнозні середньостатистичні значення щодо сценаріїв прогнозу соціально-економічного розвитку України, здійсненому в 2014 р.

Прогнозування на основі моделювання структурних зв'язків здійснюється у три етапи: оцінка кореляції, визначення рівняння регресії та розрахунок прогнозних значень. Результати розрахунку кореляції наведено в табл. 9.

Таблиця 6

Величина вірогідності апроксимації для кожного з видів рівнянь, якими може описуватися регресія у розрізі кожного з показників, обраних для проведення експерименту прогнозування методом тренду

Назва рівняння функції	Рівняння	Величина вірогідності апроксимації R^2
Доходи державного бюджету		
Експонентна	$y = 76348e^{0,1684x}$	0,9245
Лінійна	$y = 31591x + 41955$	0,9631
Логарифмічна	$y = 124939\ln(x) + 26994$	0,883
Поліноміальна	$y = -277,8x^2 + 34647x + 35844$	0,9636
Степенева	$y = 65558x^{0,7141}$	0,9744
Податкові надходження		
Експонентна	$y = 49720e^{0,1883x}$	0,9178
Лінійна	$y = 26234x + 17072$	0,9314
Логарифмічна	$y = 102299\ln(x) + 6840,7$	0,8302
Поліноміальна	$y = 264,9x2 + 23320x + 22900$	0,932
Степенева	$y = 42122x^{0,7956}$	0,9601
Неподаткові надходження		
Експонентна	$y = 23782e^{0,1191x}$	0,8676
Лінійна	$y = 5260,4x + 19798$	0,8853
Логарифмічна	$y = 21408\ln(x) + 16395$	0,8595
Поліноміальна	$y = -212,29x^2 + 7595,6x + 15128$	0,8945
Степенева	$y = 21193x^{0,51}$	0,9324
Податок на прибуток підприємств		
Експонентна	$y = 17763e^{0,1267x}$	0,8364
Лінійна	$y = 4343,6x + 14463$	0,8494
Логарифмічна	$y = 17652\ln(x) + 11691$	0,8223
Поліноміальна	$y = -163,65x^2 + 6143,7x + 10863$	0,8571
Степенева	$y = 15701x^{0,5432}$	0,9006
Податок на додану вартість		
Експонентна	$y = 22384e^{0,206x}$	0,857
Лінійна	$y = 13399x + 8357,8$	0,9313
Логарифмічна	$y = 53857\ln(x) + 702,83$	0,882
Поліноміальна	$y = -412,96x^2 + 17941x - 727,38$	0,937
Степенева	$y = 17664x^{0,9071}$	0,9735

Джерело: складено автором

Таблиця 7

Рівняння регресії на основі рядів динаміки за період 2004–2013 рр.

Назва показника	Рівняння
Доходи державного бюджету	$y = 65558x^{0,7141}$
Податкові надходження	$y = 42122x^{0,7956}$
Неподаткові надходження	$y = 21193x^{0,51}$
Податок на прибуток підприємств	$y = 15701x^{0,5432}$
Податок на додану вартість	$y = 17664x^{0,9071}$

Джерело: складено автором

Таблиця 8

Результати макроекономічного прогнозування та планування на 2014–2016 рр. під час застосування трендового методу

Назва показника	Значення показника					
	$\hat{\bar{y}}_{t+1}$	ξ_{t+1}	$\hat{\bar{y}}_{t+2}$	ξ_{t+2}	$\hat{\bar{y}}_{t+3}$	ξ_{t+3}
Доходи державного бюджету	363315,7	1415,2	386606,4	1485,3	409348,0	1555,5
Податкові надходження	283818,7	1220,4	304162,4	1280,9	324162,2	1341,4
Неподаткові надходження	71995,0	672,9	75261,8	706,3	78397,7	739,6
Податок на прибуток підприємств	57757,9	596,0	60553,4	625,6	63244,2	655,1
Податок на додану вартість	155502,1	874,7	168273,0	918,1	180945,2	961,4

Джерело: складено автором

Розрахуємо величину вірогідності апроксимації у розрізі кожного з видів можливих видів рівнянь для кожного з показників, обраних для експерименту, кореляція яких характеризує щільний зв'язок (табл. 10).

Порівняння величин вірогідності апроксимації для кожного з видів рівнянь дав змогу визначити ті з них, які найточніше описують структурні зв'язки (табл. 11).

Результати прогнозування на основі моделювання структурних зв'язків між валовим внутрішнім продуктом та доходами державного бюджету України, які обрані для експерименту, наведено в табл. 12.

Наступний метод, на основі якого може здійснюватися макроекономічне прогнозування та планування доходів державного бюджету України, – моделювання на основі показників адміні-

Таблиця 9

Кореляція між фактичними значеннями валового внутрішнього продукту та доходами державного бюджету України, обраними для експерименту (за період за 2003–2014 рр.)

Назва показника	Значення коефіцієнту кореляції
Доходи державного бюджету	0,9961
Податкові надходження	0,9847
Неподаткові надходження	0,9277
Доходи від операцій із капіталом	-0,129
Цільові фонди	-0,1115
Податок на прибуток підприємств	0,9599
Податок на додану вартість	0,9841

Джерело: складено автором

Таблиця 10

Величина вірогідності апроксимації

Назва рівняння функції	Рівняння	Величина вірогідності апроксимації R^2
1	2	3
Опис структурного зв'язку між валовим внутрішнім продуктом та доходами державного бюджету України		
Експонентна	$y = 59287e^{1E-06x}$	0,9428
Лінійна	$y = 0,2426x - 6625,7$	0,9922
Логарифмічна	$y = 190043\ln(x) - 2E+06$	0,9563
Поліноміальна	$y = 5E-09x^2 + 0,2328x - 2913,2$	0,9923
Степенева	$y = 0,1142x^{1,0524}$	0,9906
Опис структурного зв'язку між валовим внутрішнім продуктом та податковими надходженнями до державного бюджету України		
Експонентна	$y = 37340e^{1E-06x}$	0,941
Лінійна	$y = 0,2025x - 24244$	0,9698
Логарифмічна	$y = 156764\ln(x) - 2E+06$	0,9126
Поліноміальна	$y = 5E-08x^2 + 0,1178x + 7679,3$	0,9746
Степенева	$y = 0,0159x^{1,1738}$	0,9782
Опис структурного зв'язку між валовим внутрішнім продуктом та неподатковими надходженнями до державного бюджету України		
Експонентна	$y = 20232e^{9E-07x}$	0,8486
Лінійна	$y = 0,0392x + 12765$	0,8608
Логарифмічна	$y = 31643\ln(x) - 382425$	0,879
Поліноміальна	$y = -2E-08x^2 + 0,0719x + 443,35$	0,8779
Степенева	$y = 1,9043x^{0,7403}$	0,9198
Опис структурного зв'язку між валовим внутрішнім продуктом та надходженнями до державного бюджету України податку на прибуток підприємств		
Експонентна	$y = 14398e^{1E-06x}$	0,8912
Лінійна	$y = 0,0342x + 6984,1$	0,9215
Логарифмічна	$y = 27148\ln(x) - 331560$	0,9105
Поліноміальна	$y = -6E-09x^2 + 0,0455x + 2728,7$	0,9244
Степенева	$y = 0,5658x^{0,8111}$	0,9399
Опис структурного зв'язку між валовим внутрішнім продуктом та надходженнями до державного бюджету України податку на додану вартість		
Експонентна	$y = 16469e^{2E-06x}$	0,8708
Лінійна	$y = 0,1034x - 12687$	0,9685
Логарифмічна	$y = 81620\ln(x) - 1E+06$	0,9483
Поліноміальна	$y = -1E-08x^2 + 0,1233x - 20204$	0,9695
Степенева	$y = 0,0012x^{1,3119}$	0,9533

Джерело: складено автором

Таблиця 11

Рівняння регресії, які найточніше описують структурні зв'язки між валовим внутрішнім продуктом та доходами державного бюджету України, які обрані для експерименту, на основі рядів динаміки за період 2004–2013 рр.

Назва показника	Рівняння
Доходи державного бюджету	$y = 5E-09x^2 + 0,2328x - 2913,2$
Податкові надходження	$y = 0,0159x^{1,1738}$
Неподаткові надходження	$y = 1,9043x^{0,7403}$
Податок на прибуток підприємств	$y = 0,5658x^{0,8111}$
Податок на додану вартість	$y = -1E-08x^2 + 0,1233x - 20204$

Джерело: складено автором

Таблиця 12

Результати макроекономічного прогнозування та планування на 2014–2016 рр. на основі моделювання структурних зв'язків

Назва показника	Значення показника					
	y_{t+1}	ξ_{t+1}	y_{t+2}	ξ_{t+2}	y_{t+3}	ξ_{t+3}
Доходи державного бюджету	376928,3	24787,6	439837,3	25986,9	549161,4	27319,4
Податкові надходження	298908,6	1227,8	355477,0	1288,7	455470,7	1349,5
Неподаткові надходження	73695,2	673,2	82207,8	706,6	96118,2	740,0
Податок на прибуток підприємств	60134,0	597,7	67785,1	627,4	80448,9	657,0
Податок на додану вартість	146843,7	875,8	168423,8	919,2	202196,1	962,6

Джерело: складено автором

Таблиця 13

Результати макроекономічного прогнозування шляхом моделювання на основі показників адміністрування доходів державного бюджету України, які обрано для проведення експерименту і контролюються Державною фіскальною службою України

Назва показника	Значення показника, млн. грн.		
	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Лаг прогнозування – 1 р.			
Податок на прибуток підприємств	46 620,0	38 800,0	27 978,6
Податок на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	91 055,2	96 000,0	110 893,4
Податкові надходження	198 259,6	205 745,8	295 337,5
Лаг прогнозування – 2 роки			
Податок на прибуток підприємств	47 130,2	43 420,0	38 530,0
Податок на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	108 745,2	98 286,5	105 400,0
Податкові надходження	216 195,1	206 223,6	215 564,2
Лаг прогнозування – 3 роки			
Податок на прибуток підприємств	50 600,0	48 072,8	43 420,0
Податок на додану вартість із вироблених в Україні товарів (робіт, послуг)	103 300,0	120 000,0	105 248,3
Податкові надходження	222 579,8	229 976,3	214 349,6

Джерело: складено автором

Таблиця 14

Порівняльний аналіз ефективності методів прогнозування доходів державного бюджету України (за умови величини горизонту прогнозу в один рік)

Значення показника у 2014 р., млн. грн.		Доходи державного бюджету	Податкові надходження	Неподаткові надходження	Доходи від операцій з капіталом	Цільові фонди	Податок на прибуток підприємств	ПДВ
Фактичне значення		357 084,0	280 178,0	68 355,0	888,0	161,0	39 941,9	139 024,2
Прогнозне значення	Екстраполяція на основі середньорічного абсолютного приросту	369 102,4	286 990,7	78 461,0	188,8	197,7	58 573,2	140 662,1
	Екстраполяція на основі середньорічного коефіцієнту росту	404 018,2	319 825,9	83 059,7	223,0	198,1	62 210,9	160 849,7
	Екстраполяція на основі плинної середньої	368 964,0	286 940,2	78 929,9	94,0	111,5	58 332,0	138 938
	Прогнозування на основі експоненціального згладжування	33 9019,3 ±9 742,6	263 723,6 ±8 614,3	71 732,9 ±2248,2	380,9 ±126	212,5 ±76,6	54 379,2 ±1 899,2	129 384,9 ±4 639,2
	Прогнозування на основі трендового методу	363 315,7 ± 1 415,2	283818,7 ± 1220,4	71995,0 ± 672,9	x	x	57 757,9 ± 596,0	155 502,1 ± 874,7
	Прогнозування на основі моделювання структурних зв'язків	376 928,3 ± 24 787,6	298 908,6 ± 1 227,8	73 695,2 ± 673,2	x	x	60 134,0 ± 597,7	146 843,7 ± 875,8
	Прогнозування моделювання на основі показників адміністрування	xx	198 259,6	xx	xx	xx	46 620,0	91 055,2

x – прогнозування значення даного показника відповідним методом є неможливим; xx – прогнозування даних показників цим методом не здійснювалося у межах експерименту

Джерело: складено автором

стрування. Його сутність реалізується на основі розрахунків інституцій, які забезпечують та контролюють адміністрування надходження конкретних видів доходу до державного бюджету України. Такі розрахунки здійснюються на основі моделювання, яке здійснюється не лише на основі екстраполяції, а й з урахуванням оперативних змін зовнішнього середовища формування та внутрішньої структури доходів державного бюджету України.

Змістовний складник методик моделювання на основі показників адміністрування за основними бюджетоутворюючими доходами комплексно розглянула О.В. Зварич [6].

Зосередимо увагу на ефективності прогнозування на основі таких методик. Для цього узагальнимо результати прогнозування шляхом моделювання на основі показників адміністрування доходів державного бюджету України, які обрано для проведення експерименту і контролюються Державною фіскальною службою України (табл. 13).

Узагальнення результатів проведеного експерименту щодо оцінки ефективності макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України у розрізі методів прогнозування з лагом в один рік наведемо в табл. 14.

Висновки. Аналіз вихідних даних експерименту дає можливість зробити висновок, що жодна з наявних методик не забезпечує єдино оптимальних прогнозів для кожного з доходів державного бюджету України. Отже, здійснення макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України повинно спиратися на використання максимальної кількості методик із подальшим їх узагальненням інституцією, яка буде нести відповідальність за якість прогнозування та фактичне забезпечення дохідної частини державного бюджету. Такою інституцією в Україні є Міністерство фінансів України.

Міністерство фінансів України, узагальнюючи результати макроекономічного прогнозування та планування доходів державного бюджету України за різними методиками, повинно на основі експертної оцінки чи суб'єктивних суджень обрати та обґрунтувати прогнозне значення, яке буде знаходитися у межах прогнозного діапазону, розрахованому на основі прогнозування за різними методиками. Велике значення має й оприлюднення результатів прогнозування за різними методиками та обґрунтування суб'єктивного вибору фінального прогнозного значення кожного з доходів державного бюджету України.

Список використаних джерел:

1. Грабовецький Б.Є. Економічне прогнозування і планування : [навч. посіб.] / Б.Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 187 с.
2. Вдовиченко А.М. Сучасний світовий досвід розробки і впровадження методик прогнозування доходів державного бюджету / А.М. Вдовиченко, А.І. Зубрицький, Г.В. Орос. – Ірпінь : НДІ фінансового права, 2014. – 58 с.
3. Kavanagh S. Structuring the Revenue Forecasting Process / Kavanagh S., Iglehart C. // Government Finance Review. – 2012. – P. 16.
4. Офіційний сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.treasury.gov.ua.
5. Онлайн-калькулятор: Сглаживание экспоненциальным методом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://math.semestr.ru/trend/exponential.php.
6. Зварич О.В. Податкові надходження: методологія прогнозування : [монографія] / О.В. Зварич. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 444 с.

Щербина В. В.
Университет государственной фискальной службы Украины

ОЦЕНКА МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ ДОХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА УКРАИНЫ

Резюме
Формализован отечественный и международный опыт в контексте методического обеспечения в виде алгоритма принятия решения по выбору методик макроэкономического прогнозирования и планирования. Результаты макроэкономического прогнозирования и планирования доходов государственного бюджета Украины обобщены по разным методикам. Проведен сравнительный анализ эффективности методов прогнозирования доходов государственного бюджета Украины.

Ключевые слова: макроэкономическое прогнозирование, методика прогнозирования, государственный бюджет, налоговые поступления, неналоговые поступления, доходы от операций с капиталом, целевые фонды, налог на прибыль предприятий, налог на добавленную стоимость.

Shcherbina V. V.
Fiscal Service University

ASSESSMENT OF METHODOLOGICAL PROVISION OF MACROECONOMIC FORECASTING AND REVENUE PLANNING OF THE STATE BUDGET OF UKRAINE

Summary
The Ukrainian and international experience in the context of methodical provision in the form of a decision-making algorithm for choosing macroeconomic forecasting and planning methods is analyzed. The results of macroeconomic forecasting and revenue planning of the State Budget of Ukraine are summarized by different methods. A comparative analysis of the efficiency of methods for forecasting incomes of the State Budget of Ukraine has been carried out.

Key words: macroeconomic forecasting, forecasting, state budget, tax revenues, non-tax revenues, capital income, trust funds, corporate income tax, value added tax.

РОЗДІЛ 3
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.944

Петренко В. С.
Херсонський державний університет
Карнаушенко А. С.
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

РОЗВИТОК СПІЛЬНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Досліджено становлення та розвиток спільних агарних підприємств України. Встановлено стримуючі фактори залучення іноземних інвестицій в аграрну сферу. Проаналізовано українську законодавчу базу, виявлено, що поняття «спільні підприємства» потребує вдосконалення та усунення невідповідності в нормативних актах. Розглянуто обсяги прямих іноземних інвестицій у сільське господарство в розрізі різних країн світу.
Ключові слова: спільні підприємства, перехідна економіка, ринкова економіка, інвестиції, іноземні інвестори.

Постановка проблеми. Інвестиції іноземних підприємств відіграють важливу роль в економіці України. Сьогодні жодна світова країна не може успішно розвиватися без інтеграції в міжнародну економіку. Саме закордонні залучені кошти є рушійним інструментом у розвитку ринкової економіки країни у цілому та окремого підприємства. Такі прямі іноземні інвестиції виступають як засіб поліпшення загальної технологічної та економічної конкурентоспроможності національного аграрного виробника. Оскільки іноземні інвестори хочуть бути захищеними в Україні, дуже часто партнерство з національними сільськогосподарськими підприємствами створюється шляхом об'єднання власних інтересів у спільне підприємство. Тема розвитку спільних аграрних підприємств в Україні є актуальною у зв'язку з тим, що встановлюється вплив інституційних та економічних перетворень, які відбуваються на протязі становлення спільного підприємства як головного джерела залучення значних фінансових ресурсів, доступу до нових технологій виробництва та корпоративного управління, спосіб полегшення виходу підприємства на міжнародні ринки збуту продукції, підвищення кваліфікації власних працівників, створення додаткових та збереження наявних робочих місць. Згідно з даними Державної служби статистики, в Україні відбувається систематичне зменшення загального обсягу іноземних інвестицій в економіку країни. Це пов'язане з тим, що Україна втрачає інвестиційну привабливість для іноземних інвесторів у зв'язку з корупційними схемами, політичною нестабільністю та воєнними діями на сході країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішення проблем функціонування спільних підприємств, урегулювання питання створення спільних підприємств з іноземними партнерами досліджено в працях В. Александрова, М. Бриля, Т. Кизима, Т. Мацибори, Л. Нейкова, І. Столярова, А. Юзефовича та ін. Питання різних аспектів правового статусу підприємств з іноземними інвестиціями досліджували вітчизняні науковці, зокрема: О. Вінник, Ю. Жорнокуй, О. Кібенко, В. Коссак, В. Малига, В. Поєдинок, О. Семерак, Д. Федорчук, С. Хєда. Разом із тим не проводилося досліджень щодо впливу алгоритму створення та головних причин об'єднання в спільні аграрні підприємства в економічних умовах, що склалися в Україні.

Мета статті полягає в обґрунтуванні та дослідженні розвитку функціонування спільних аграрних підприємств країни для з'ясування рівня інвестиційної привабливості України, а також у виявленні причин об'єднання в такі підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останні роки в Україні проводиться активна роботи з підготовки до вступу в Європейський Союз. Для нашої країни та її економіки це пов'язано з такими діями, як: приєднання до єдиного європейського ринку; адаптація законодавства до європейських стандартів (у тому числі у сфері якості, екологічних та медичних стандартів); можливість використання коштів допомоги від ЄС. Усі ці чинники повинні бути потенційними причинами структурних перетворень окремих галузей народного господарства, у тому числі сільського господарства. Україна вже зараз відчуває необхідність упровадження перетворень в аграрні структури, адже в ЄС діє єдина сільськогосподарська політика, яку виконують усі господарюючі суб'єкти, яка заснована на уніфікованих нормах ЄС і фінансується з бюджету ЄС.

Перед вступом до ЄС Україні слід приділити особливу увагу відкриттю нових ринків збуту продукції, що, з одного боку, означає розширення групи потенційних покупців, а з іншого – підвищення конкурентного тиску з боку підприємств інших країн ЄС. Не менш важливим для сільського господарства є необхідність адаптації до ЄС-стандартів щодо охорони навколишнього середовища та охорони здоров'я, тому що це часто вимагає кількох інвестиційних проектів або зміни способу організації діяльності аграрної фірми. Це питання особливо важливе для України у зв'язку з тим, що національне виробництво не відповідає європейським стандартам, тому необхідно на державному рівні розробити програми з підтримки сільськогосподарських підприємств, адже власних фінансових ресурсів у підприємств не вистачає. Підвищення конкурентного тиску, необхідність адаптації до стандартів і потреба у фінансуванні заходів щодо модернізації основного виробництва стимулюють аграріїв шукати партнерів, які дадуть фінансові кошти, навики та нові технології, і при цьому не втратити власної незалежності. Як один із варіантів вирішення такої ситуаціє є створення спільного підприємства з іноземним партером.

© Петренко В. С., Карнаушенко А. С., 2017

Спільні підприємства стають більш поширеним діловим устроєм серед фермерів, які допомагають збільшити масштаби своєї діяльності. Існує кілька причин, чому аграрні підприємства розглядають можливості створення спільного підприємства: потребують більше ресурсів (фінансових ресурсів, устаткування або просто більше робочої сили); дасть змогу сільськогосподарським виробникам увести у власне виробництво інноваційні продукти (які в іншому разі були б надзвичайно дорогими); спільне підприємство допоможе здобути закордонний досвід у виробництві продукції. Незалежно від причини спільне підприємство – це спеціальні угоди, що відображають обставини укладення договору між сторонами, який чітко визначає їхні цілі, права та обов'язки. Подібно товариствам чи корпораціям спільне підприємство є більш гнучким варіантом для груп, які хочуть працювати разом без об'єднання всієї своєї основної діяльності.

Україна є країною з перехідною економікою, яка перебуває у постійному розвитку власних інститутів та налагодженні ринків збуту продукції. Незважаючи на те що країна ставить за мету стати країною з ринковою економікою, її наявні інститути на даному етапі економічного переходу не відповідають потребам ринкової системи.

Є багато форм спільних підприємств і багато причин для об'єднання у спільне підприємство, проте в рамках дослідження можемо виділити три основні причини: земля, фінанси та навички. Ці три сфери зазвичай є рушійною силою між пошуком партнера по спільному підприємству або вимогою вступити в спільне підприємство.

Рис. 1. Основні причини створення спільних підприємств

Як відомо, у сільському господарстві земля відіграє стратегічне значення для ведення господарської діяльності. Велика кількість бажаючих займатися вирощуванням сільськогосподарської продукції стикається з проблемою відсутності вільних земель. На пошуки землі, яку можна взяти в оренду, витрачається багато часу, тому партнери, у яких є фінансові можливості, а у інших – земля, є потенційними суб'єктами спільного ведення бізнесу. Об'єднання з партнером надає можливості, які раніше не могли бути доступні для партнерів.

Друга та найбільш очевидна причина для вступу в спільне підприємство – це забезпечення фінансуванням. Сільське господарство – дуже ризикований бізнес, який залежить від кліматичних умов, які склалися в даний момент часу, і тому вимагає, щоб більшість коштів була витрачена на посівний матеріал, пальне та мінеральні добрива. На оновлення матеріально-технічної бази господарства, впровадження нових технологій не вистачає фінансових активів. Навіть невелике впровадження потребує значних грошових затрат, тому природно шукати альтернативні джерела фінансування. Створення СП для забезпечення фінансовими активами – відмінна стратегія для подолання фінансових проблем у господарстві або ж коли в аграрної фірми немає великої кількості коштів. Залучення партнера СП, що має великий капітал, може допомогти підприємству збільшити фінансування. СП надає можливість інвесторами, у яких є гроші, залишатися анонімними та пасивними в проекті. Інвестор у цьому разі надає перевагу отриманню частини прибутку від діяльності, ніж відсотку від вкладених грошей.

Третя причина створення спільних підприємств – це набуття нових знань та навичок. Усі галузі економіки вимагають великої кількості навичок, які потрібно постійно вдосконалювати. В України існує велика кількість землевласників, у яких немає навичок виробництва продукції європейської якості або ж провадження екологічного виробництва. Для подолання цієї проблеми потрібно вибирати партнера, у якого є такі навики та знання у сфері, яку потрібно поліпшити.

Нині українські виробники не мають чітко прописаного алгоритму здійснення спільного ведення бізнесу. Налагодження процесу створення спільних підприємств можна проводити за таким алгоритмом:

1. визначитися з ідеями та стратегічними цілями, завданнями і методами подальшої діяльності підприємства, провівши аналіз фінансово-господарської діяльності та встановивши рівень фінансової стабільності, а також обсяги заборгованості по господарству;
2. ретельно проаналізувати інформацію про майбутнього потенційного партнера, розпочати налагодження зв'язків та надіслати пропозиції про створення спільного підприємства;
3. підготовити установчі документи та договори мовою обох партнерів, а експерти перевірять дані документи;
4. здійснити аналіз передінвестиційного проекту та виявити переваги та недоліки проекту;
5. підписати договори про співпрацю та установчі документи;
6. зареєструвати спільне підприємство як окремий суб'єкт господарювання та поставити на облік в державних органах влади;
7. внести статутний капітал.

На початковому етапі вибору майбутнього партнера потрібно розробити пропозицію щодо створення спільного підприємства, яка надається потенційному партнеру та повинна містити такі елементи: 1. опис потенційного партнера (кількість співробітників, економічні дані, досвід роботи в галузі тощо); 2. період реалізації спільного підприємства; 3. пропоновані цілі спільного підприємства; 4. статутні внески партнерів спільного підприємства; 5. пропозиції по проблемним галузям; 6. очікувані результати.

У разі підписання пропозицій щодо створення СП виникає необхідність в укладанні основного документу – Договору про об'єднання в спільне

Рис. 2. Алгоритм створення спільного підприємства

Джерело: розроблено авторами

2016 р.

2015 р.

Рис. 3. Обсяги прямих іноземних інвестицій у сільське господарство в розрізі різних країн за 2015–2016 рр.

Джерело: [3]

підприємство, а вже потім, після поповнення статутного фонду, затверджується Статут підприємства.

Згідно з чинним законодавством України, спільні підприємства з іноземним капіталом на протязі семи днів зі дня внесення коштів подають відомості до Департаменту економіки та інвестицій та підлягають обов'язковій державній реєстрації.

Як відомо, створення СП вимагає поповнення статутного капіталу новоствореного підприємства, у зв'язку із цим доречно розглянути обсяги надходження іноземних інвестицій у сільське господарство України в розрізі різних країн світу.

Порівнявши зазначені діаграми, дослідженням установлено, що обсяги прямих інвестицій за минулий рік значно скоротилися, причинами цього є політична нестабільність, корупційні схеми та конфлікт на сході країни [3].

Українським урядом у 2015–2016 рр. було проведено різні заходи для комфортного ведення бізнесу, які мають стимулювати поступове відновлення економіки та її розвиток. Завдяки діям уряду Україна піднялася в рейтингу Світового банку Doing Business 2015 з 112-го місця (у 2014 р.) на 96-е (у 2015 р.) серед 189 країн світу [4]. На протязі всіх років незалежності Верховна Рада України вдосконалювала законодавчу базу для провадження господарської діяльності спільних підприємств та стимулювання розвитку створення партнерства між бізнесом та державою. Чинне законодавство надає іноземним інвесторам низку гарантій для ведення діяльності на території України, а саме гарантії щодо зміни законодавства, щодо незаконних дій посадових осіб, компенсації та відшкодування збитків та ін. Спільні підприємства з іноземним капіталом здійснюють свою діяльність на загальних засадах, тобто мають рівні права та обов'язки, а також умови ведення бізнесу як національні підприємства. Законом України «Про ратифікацію Конвенції про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами» № 1547-III від 16.03.2000 (яку країна підписала 03 квітня 1998 р.) надано гарантії для посилення захисту спільних підприємств [11]. Цю Конвенцію було підписано та ратифіковано більше 70 країнами світу для сприяння та захисту інвести-

цій. Конвенцією закріплено, що в разі виникнення в інвесторів проблемних питань органами виконавчої влади та місцевого самоврядування створюються комісії щодо сприяння досудового врегулювання спорів у вигляді тимчасових консультаційно-дорадчих центрів для запобігання судовим тяганинам та мирного врегулювання спорів. У країні діє Рада експортерів та інвесторів України, яка надає інформацію та сприяє налагодженню партнерських зв'язків між національними виробниками та іноземними інвесторами [4]. Для активізації роботи щодо розвитку та реалізації інвестиційного потенціалу України, збільшення обсягу іноземних інвестицій, підтримки пріоритетних інвестиційних проектів, поліпшення інвестиційного клімату в державі, забезпечення захисту прав інвесторів, сприяння ефективній взаємодії інвесторів з державними органами у грудні 2014 р. Указом Президента України створено Національну інвестиційну раду [5]. Для пошуку дієвих механізмів залучення іноземних інвестицій в Україну урядом держави на регулярній основі проводяться бізнес-форуми за участю потенційних іноземних інвесторів. Зазначені заходи покликані сприяти поліпшенню інвестиційного іміджу України та збільшенню кількості створення спільних підприємств, а також капітальних інвестицій в економіку держави [8].

Висновки. Для залучення в Україну іноземних інвестицій через створення спільних підприємств уряду потрібно стабілізувати політико-правове, економічне та соціальне становище в країні. Згідно з проведеним опитуванням потенційних інвесторів, установлено, що головними перешкодами в Україні є корупція, постійні зміни в законодавчих актах, податковий тиск та воєнний конфлікт на сході країни. Сьогодні Україна потребує іноземних інвестицій як ніколи. Залучення іноземних інвесторів у власне підприємство змінить рівень ведення власного бізнесу, надасть більш кваліфіковану робочу силу, отримати знання у сфері ефективного системного управління, впровадити нові технології, і, як наслідок, відбудуться створення конкурентної продукції, стимулювання національного виробника, ефективне використання ресурсів і розвиток національної економіки.

Головні пропозиції: здійснити вдосконалення законодавчої бази в країні, відповідність між різними законодавчими актами, щоб вони не суперечили один одному, врегулювати особливості оподаткування спільних підприємств, а також запровадити власні проекти із залучення іноземних інвесторів в Україну, в яких гарантом виступав би уряд країни.

Список використаних джерел:

1. Спільні підприємства в Україні: специфіка розвитку // Osvita.ua. – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19364/.
2. Спільні підприємства та особливості їх розвитку в Україні // Віртуальний світ. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.virtual.ks.ua/essays-term-papers-and-diplomas/309-joint-ventures-and-the-peculiarities-of-their-development-in-ukraine.html.
3. Статистичний збірник Україна в цифрах 2016 р. / Державна служба статистики України. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.
4. Інвестиційний клімат в Україні / Міністерство закордонних справ України. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/economic-cooperation/invest-climat.
5. Беззуб І. Іноземні інвестиції в українській економіці / І. Беззуб // Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view.
6. Україна поглибить співпрацю із США в аграрній сфері // Аграрний тиждень Україна. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://a7d.com.ua/novini/13791-ukrayina-poglibit-spvpracyu-z-ssha-v-agrarny-sfer.html.
7. Дмитренко А.В. Роль спільних підприємств з іноземними інвестиціями у розвитку економіки України / А.В. Дмитренко // Економічний форум. – 2011. – № 3. – С. 148–157.
8. Генеральне консульство України в Шанхаї [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://shanghai.mfa.gov.ua/ua/page/open/id/821.
9. Дмитрук Б.П. Спільне підприємництво в сільському господарстві / Б.П. Дмитрук // Учебник. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uchebniks.net/book/190-spilne-pidpriyemnictvo-v-silskomu-gospodarstvi-navchalnij-posibnik-dmitruk-bp.
10. Інвестиційна діяльність в Україні / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.me.gov.ua/Documents/Download?id=cc024807.

Петренко В. С.
Херсонский государственный университет
Карнаушенко А. С.
ДВНЗ «Херсонский государственный аграрный университет»

РАЗВИТИЕ СОВМЕСТНЫХ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

Резюме
Исследовано становление и развитие совместных аграрных предприятий Украины. Установлены сдерживающие факторы привлечения иностранных инвестиций в аграрную сферу. Проанализирована украинская законодательная база, выявлено, что понятие «совместные предприятия» требует усовершенствования и устранения несоответствия в нормативных актах. Рассмотрены объемы прямых иностранных инвестиций в сельское хозяйство в разрезе различных стран мира.

Ключевые слова: совместные предприятия, переходная экономика, рыночная экономика, инвестиции, иностранные инвесторы.

Petrenko V. S.
Kherson State University
Karnushenko A. C.
Kherson State Agrarian University

DEVELOPMENT OF JOINT AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE

Summary
The formation and development of joint agrarian enterprises of Ukraine is investigated. Restrictive factors of attraction of foreign investments in the agrarian sphere are established. The Ukrainian legal framework was analyzed and it was found that the concept of joint ventures requires improvement and elimination of inconsistencies in normative acts. Considered the volume of direct foreign investment in agriculture in the different countries of the world.
Key words: joint ventures, transition economics, market economy, investments, foreign investors.

УДК 65.012.2

Саєнсус М. А.
Одеський національний економічний університет

АУТСОРСИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ СИСТЕМАМИ

Стаття містить теоретичне узагальнення напрямів вивчення поняття аутсорсингу як технології інноваційного управління. Розглянуто понятійний апарат аутсорсингу, сутність окремих форм і видів аутсорсингу, зміст та основні етапи реалізації аутсорсингу. Визначено сфери застосування аутсорсингу в менеджменті соціально-економічних систем.
Ключові слова: аутсорсинг, інновації, соціально-економічні системи, управління.

Постановка проблеми. Зовнішнє середовище визначає процес інноваційного розвитку організації для забезпечення її конкурентоспроможності. Розвиток інноваційної економіки диктує необхідність перегляду своїх організаційних структур для адаптації в динамічних умовах шляхом переходу на різні форми партнерства. Однією з форм організації бізнесу в сучасній економіці став аутсорсинг – практика вирішення проблем функціонування та розвитку компаній у ринковій економіці шляхом скорочення витрат, збільшення пристосовності до умов зовнішнього середовища, поліпшення якості продукції та послуг, зменшення ризику. Розвиток аутсорсингу в усьому світі став можливим завдяки розвитку інформаційних технологій. В українського бізнесу свої закони й особливості. Їх потрібно враховувати. Організацій, які включили до своєї інноваційної стратегії аутсорсинг, небагато, але їх кількість стрімко зростає, тому особливої актуальності набувають дослідження можливостей практичного використання аутсорсингу. Необхідно чітко уявляти, коли застосування аутсорсингу ефективно, а коли слід використовувати іншу стратегію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аутсорсинг належить до найбільш поширених організаційних інновацій, що вимагають детального подальшого вивчення: винесення низки виробничих процесів за межі кордонів організації, зміна вектору економічного розвитку. Вплив процесів аутсорсингу на систему соціально-економічних відносин у національному та глобальному масштабах незмінно є предметом наукових досліджень. Роботи Б.А. Анікіна, С.О. Календжян, Д.В. Черемісіним, Д. Хлебнікова, П. Готтштальк і Х. Соллі-Сетер, Г.Б. Клейнер, Й. Діттріх і М. Браун, Р. Кліка і Т. Дьюнінга, Д. Хейвуда, Дж. Куіна і Ф. Хілмера, Ф. Вісскірхена, Й. Хелвей і Б. Мелбі, Е. Зана заклали концептуальні засади нової методології управління, що спирається на делегування повноважень і відповідальності зовнішнім виконавцям у рамках спеціального договору.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Всі вищевказані дослідники виявили сутність і надали об'єктивне економічне визначення поняттю «аутсорсинг» як інноваційної стратегії розвитку соціально-економічних систем. Широко відомі дослідження проблем аутсорсингу Американської асоціації менеджменту, Інституту аутсорсингу США та інших організацій. Західноєвропейські школи менеджменту приділяють значну увагу практичним аспектам аутсорсинга, вивчаючи досвід використання нової методології в управлінні соціально-економічними системи. Але, незважаючи на значну кількість публікацій, сьогодні відсутнє визнане всіма визначення поняття аутсорсингу.

Мета статті полягає в розвитку понятійно-категоріального апарату теорії аутсорсингу шляхом дослідження та систематизації підходів до визначення поняття «аутсорсинг».

Виклад основного матеріалу дослідження. У постіндустріальну епоху сформувався новий підхід до управління соціально-економічними системами, що базується на переважному використанні й інтеграції зовнішніх ресурсів замість розвитку власних компетенцій в окремих видах діяльності організації. Інноваційні технології відкривають доступ до технологічних, інтелектуальних, інформаційних ресурсів, що наявні на сучасному ринку. Однією з таких форм є аутсорсинг. Як інноваційна методологія управління в соціально-економічних системах аутсорсинг орієнтований на подолання ресурсних обмежень за рахунок розширення зовнішніх зв'язків, установлення взаємовигідних відносин з іншими організаціями, що володіють і найбільш важливим у сучасному світі ресурсом – знаннями.

© Саєнсус М. А., 2017

Концептуально-методологічні основи сучасного аутсорсингу заклали дослідження вчених-економістів із проблем конкурентоспроможності і глобального ринку. Аналіз конкурентної переваги і видів діяльності компанії, їх представлення у вигляді ланцюжка створення вартості (Value – added chain) [1, с. 715], поняття ключової компетентності (Core competence) та ідеї реінжинірингу бізнес-процесів (Business Process Reengineering) [2, с. 288] є базовими передумовами розвитку основних концептуальних положень аутсорсингу.

Розвиток практики аутсорсингу дає можливість використовувати ресурси і знання, що лежать поза межами підприємства. Цей перехід відбивається у поєднанні інтеграційних процесів в управлінні, тобто створення асоціативних структур, альянсів, включаючи глобальні транснаціональні об'єднання, формування мережевих структур, скорочення розмірів організаційних ланок та «екосістем». Організаційно-економічні відносини в рамках аутсорсингу лежать в основі нових управлінських напрямів теорії організації. Теорія альянсів відображає прагнення до формування асоціативних структур, здатних реалізувати можливості, недоступні окремим організаціям. Дані теоретичні розробки характеризують два основних шляхи формування так званих горизонтальних, або плоских, організаційних структур, найбільш пристосованих до функціонування в умовах глобального ринку.

Г.Б. Клейнер [3, с. 240] виділяє два різні способи функціонування соціально-економічних систем: проектний і об'єктний. Для першого характерні наявність чіткої і добре ідентифікованої мети й обмеження термінів проекту, для другого визначаються функції соціально-економічного об'єкту. При цьому виконання проекту організовується на основі методів, організація діяльності економічного об'єкту здійснюється на основі адміністративних методів.

Аутсорсинг як методологія управління в соціально-економічних системах дає змогу об'єднати переваги проектного та об'єктного способів виробництва. Довгострокові економічні зв'язки суб'єктів, відповідальних за реалізацію конкретних функцій управління відповідно до спільних цілей, формують стійку структуру, органічно поєднують три види економічних процесів – постачання, виробництво, збут продукції, – які об'єднується в єдиний відтворювальний процес. Зміна цілей об'єктивно підштовхує економічну систему до оновлення структури і характеру взаємовідносин, тобто до організаційних змін. Так, метою аутсорсингу є забезпечення максимальної відповідності умовам організації вимог мінливого середовища. Ця відповідність досягається за рахунок інтеграції основних ресурсів, доступних на ринку, включаючи інтелектуальні.

Інноваційний підхід, що реалізується в рамках аутсорсингу, полягає в орієнтації на переважне використання зовнішніх ресурсів, тобто знаходяться за межами організації і традиційних механізмів контролю. Основними орієнтирами даної методології управління стають не внутрішні резерви, а можливості використання вже накопичених іншими організаціями знань, практичних навичок і досвіду. Природними обмеженнями відносно користування зовнішніх ресурсів є їх доступність на відкритому ринку і можливості встановлення формальних відносин із носіями цих ресурсів. Спеціальна угода про аутсорсинг є засобом реалізації взаємовідносин між різними сторонами, а методи управління цими процесами взаємодії визначаються як конкретні умови.

Завдяки розширенню можливостей за рахунок використання ресурсів та компетенцій зовнішніх організацій аутсорсинг набув широкого поширення в практиці бізнесу. Американська асоціація менеджменту приділяє увагу дослідженню аутсорсингу, який справив істотний вплив на американську промисловість [4, с. 368]. Е. Йордон докладно розглядає роль аутсорсингу в зміні структури трудових ресурсів США. Д. Хейвуд указує на дилему аутсорсингу, його позитивні та негативні сторони з погляду збереження і зміцнення конкурентоспроможності. Р. Клік і Т. Дьюнінг [5] розглядають аутсорсинг бізнес-процесів як продукт розвитку економічної глобалізації.

Значний внесок у розвиток методології аутсорсингу зробили німецькі дослідники [6, с. 426]. Вчені Й. Діттріх і М. Браун [7, с. 200] провели детальний аналіз методології аутсорсингу на прикладі численних проектів, реалізованих компанією EDS у Німеччині та країнах Східної Європи, і сформулювали загальний підхід до оцінки економічного потенціалу аутсорсингу.

Норвезька школа управління представлена такими вченими, як П. Готтштальк і Х. Солліі-Сетер [8, с. 390], які узагальнили численні дослідження, присвячені аутсорсингу інформаційних технологій, результати великих міжнародних аутсорсинг-проектів і сформулювали основи даної методології з позиції проектного управління. С. Клементс і М. Доннелан [9, с. 416], детально розглядають особливості аутсорсингу фінансових бізнес-процесів.

Б.А. Анікін [10, с. 288] указує на широке застосування аутсорсингу підприємствами оборонного і космічного комплексу за радянських часів. С.О. Календжян [11, с. 272] детально досліджує теоретичні аспекти взаємозв'язку аутсорсингу з проблемами корпоративного та стратегічного управління, вказуючи на необхідність адаптації до умов глобального ринку. Теоретичні аспекти аутсорсингу як елемента сучасного ринкового механізму сформульовані Д.В. Черемісіним [12, с. 128].

Українські вчені звернулися до проблем аутсорсингу на десять років пізніше, ніж західні фахівці. Великий вплив на становлення методології аутсорсингу в Україні мали роботи зарубіжних дослідників. Українські вчені приділяють увагу теоретичному і практичному значенню методології аутсорсингу в управлінні підприємствами різних галузей економіки. Дані дослідження послідовно відображають поширення аутсорсингу в українській практиці менеджменту. Аутсорсинг широко використовується підприємствами хімічної, фармацевтичної галузі, в будівництві, логістиці й транспортних системах, банківській і фінансовій сферах, сфері телекомунікацій. Як універсальний інструмент підвищення ефективності та конкурентоспроможності організації аутсорсинг грає істотну роль в управлінні підприємствами. Практичним аспектам реструктуризації бізнесу на основі методології аутсорсингу присвячено роботи Д. Хлебнікова [13, с. 48–54]. Успіх практичного використання аутсорсингу визначає майбутнє промисловості України. Забезпечення сталого економічного зростання та позитивних структурних зрушень на користь продуктів і послуг із високою доданою вартістю пов'язане з великомасштабною перебудовою і модернізацією виробничих систем. Формування моделей відкритої й ефективної взаємодії, заснованих на довірі і взаємній зацікавленості сторін – одне з найважливіших умов розвитку інноваційних процесів.

Для подальшого практичного використання аутсорсингу в інтересах підвищення ефективності та конкурентоспроможності необхідно передусім уточнення понятійного апарату, а також виявлення основних передумов і тенденцій розвитку методології аутсорсингу в соціально-економічних системах.

Термін «аутсорсинг» (outsourcing) трактується як «використання зовнішніх ресурсів» або «зовнішніх джерел». Разом з іншими спеціально створеними термінами, такими як offshoring, global sourcing, insourcing, термін outsourcing характеризує способи забезпечення виробничої системи ресурсами. Аутсорсинг – сучасна методологія управління в соціально-економічних системах, заснована на інтеграції основних ресурсів і компетенцій організації з ресурсами та компетенціями зовнішніх постачальників спеціалізованих послуг, що забезпечує досягнення синергетичного ефекту.

Процес аутсорсингу – процес зміни конфігурації соціально-економічної системи, послідовності управлінських рішень – від стратегічного обґрунтування і вибору джерела ресурсів до укладення контракту й управління його реалізацією, здійснюваної щодо кожного з елементів соціально-економічної системи. З поняттям процесу аутсорсингу пов'язане поняття технології аутсорсингу – управлінської технології планування, організації, реалізації та контролю процесу аутсорсингу або конкретного інноваційного проекту аутсорсингу.

Інноваційний аутсорсинг – цілеспрямована зміна конфігурації соціально-економічної системи на основі методології аутсорсингу (організаційні інновації), що має на меті підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Аутсорсинг передбачає залучення для створення споживчої цінності ресурсів, що належать зовнішнім організаціям-постачальникам (аутсорсерам). Основна причина використання зовнішніх ресурсів традиційно полягає у тому, що жодна організація не володіє повним набором знань, навичок і внутрішніх можливостей для підтримки конкурентоспроможності в усіх видах своєї основної та допоміжної діяльності. Аутсорсер бере на себе зобов'язання із надання необхідних замовнику результатів виконання необхідних робіт. У відносинах між організацією-виробником і споживачем кінцевого продукту організація-аутсорсер грає роль так званої «третьої сторони». Цей термін знаходить відображення, зокрема, у визначенні функції логістичних посередників – «провайдер третьої сторони».

Поширення поняття «аутсорсинг» поряд із поняттям «кооперація» в практиці менеджменту можна вважати наслідком зміни уявлень про якість управління в умовах «ринку споживача».

З початку XXI ст. поглиблюються спеціалізація і міжфірмовий поділ праці, і можна запропонувати більш загальний підхід до аутсорсингу. На відміну від інших форм взаємодії аутсорсинг заснований на встановленні взаємовигідних відносин між замовником і виконавцем, коли результат виконання виконавцем відокремленої частини загального процесу створення цінності купується замовником у вигляді послуги. Цей процес передбачає встановлення особливих економічних і правових взаємовідносин і використання спеціальних управлінських технологій.

Інтеграція внутрішніх і зовнішніх ресурсів, включаючи послуги зовнішніх організацій, в єдиний процес створення споживчої цінності (ланцюжок створення цінності) сприяє кращому задоволенню потреб кінцевого споживача. А.П. Челенковим [12, с. 128] відзначена тенденція до виділення в спеціалізовані послуги низки процесів, що раніше здійснювалися всередині галузі. Ця тенденція спирається на поділ праці і подальшу «деіндустріалізацію» економіки: скорочення частки матеріального виробництва на тлі зростання сфери послуг.

У науковій літературі поряд із поняттям «аутсорсинг» використовуються також поняття «фрагментація виробництва» [14], «проміжна торгівля», «вертикальна спеціалізація» [15, с. 79–99], «нарізування скибочок вартісного ланцюжка» [16]. Одним із рішень, прийнятих у рамках методології аутсорсингу, є передача зовнішньому виконавцеві управління частиною матеріальних активів організації: управління потужностями або інфраструктурою замовника. Аутсорсингом можна вважати виділення частини компанії в окреме провадження, створення дочірньої фірми, продаж частини активів зовнішньої організації з подальшим придбанням у неї відповідних послуг. Відносини між організаціями, збудовані на основі аутсорсингу виробничої сфери діяльності, відображає також термін contracting-ont [17, с. 133].

Повний аутсорсинг сфери виробництва, за якого результати реалізації всіх виробничих процесів поставляються зовнішніми постачальниками послуг, призводить до формування нової моделі бізнесу, відомої як віртуальна організація. Віртуальний об'єкт – відображення реального об'єкта в кібернетичному просторі, яке одночасно є середовищем та інструментом створення даного відображення.

Діяльність віртуальної організації спирається на використання комунікацій та сучасних інформаційних систем управління. М. Уорнер і М. Вітцель [18] уважають, що практичне впровадження моделі віртуальної організації пов'язане із застосуванням абсолютно нових методів управління. Віртуальна організація не має географічного центру або територіальних кордонів. Її основні ознаки: фізична розосередження виробничих потужностей, людей і матеріальних ресурсів – мережева структура; вузька спеціалізація учасників мережі; наявність єдиного центру управління – системна інтеграція. Ефективність моделі віртуальної організації багаторазово обговорювалася фахівцями. Г. Чейзборо і Д. Тіс [19, с. 256] дотримуються думки, що дана модель ефективна для організацій інноваційної сфери діяльності за наявності сильного системного інтегратора. Відносини аутсорсингу в діяльності господарюючих суб'єктів регулюються спеціальними договорами або угодами.

Згідно зі сформованою практикою управління, можна виділити такі види спеціалізованих послуг аутсорсингу: послуги виробничого характеру; послуги науково-дослідного і науково-виробничого характеру; експлуатація і обслуговування інженерної інфраструктури; організація корпоративного харчування; кредитно-фінансові послуги; юридичні послуги; страхові послуги; послуги у сфері реклами і маркетингу; інформаційно-комунікаційні послуги, обслуговування та супровід інформаційних процесів; логістичні послуги; торгово-посередницькі послуги; послуги у сфері управління людськими ресурсами; освітні, консультаційні та інші види послуг.

Провідними мотивами до використання аутсорсингу є економія на масштабі або доступ до специфічних ресурсів постачальника, що підвищує цінність кінцевого продукту. Багаторазово обговорювані проблеми соціального (скорочення кваліфікованого персоналу), соціально-економічного (скорочення до незначного рівня доходів від окремих видів професійної діяльності) або етичного характеру (наприклад, доступ до даних великих американських платників податків низькооплачуваної персоналу з країн Південно-Східної Азії) протягом багатьох років не грали будь-якої ролі у виборі між аутсорсингом і інсорсин-

гом. Проте зміна умов функціонування виробничих систем у період економічної та фінансової кризи, а також посилення ролі держави, відповідальної за стабільність національної економіки, змушують підприємства змінити свій підхід до використання аутсорсингу. Рішення відмовитися від аутсортинга викликано тиском держави, що прагне до збереження робочих місць і забезпечення соціальних гарантій населенню, зайнятому у виробництві. Соціальні причини відмови від аутсорсингу в умовах кризи є прикладом високої соціальної відповідальності.

Висновки. Методологія аутсорсингу – продукт розвитку сучасних концепцій менеджменту, результат прагнення організації до постійного вдосконалення, збереження гнучкості, ефективності та конкурентоспроможності в умовах економічної глобалізації. У загальному випадку в характерному для кожної соціально-економічної системи унікальному ланцюжку створення цінності кінцевого продукту кожен із видів основної та допоміжної діяльності може розглядатися як придатний для аутсорсингу. Інноваційний підхід до формування цінності кінцевого продукту для конкретного споживача зусиллями безлічі стратегічних партнерів – одна з найбільш характерних тенденцій розвитку економічних систем кінця XX – початку XXI ст.

Список використаних джерел:

1. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
2. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи ; пер. с англ. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 288 с.
3. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер. – М. : Наука, 2004. – 240 с.
4. Иордон Э. Аутсорсинг. Конкуренция в глобальной гонке за производительностью / Э. Иордон. – М. : Лори, 2006. – 368 с.
5. Click R.L., Duening T.N. Business Process Outsourcing. The Competitive Advantage / Click R.L. – John Wiley & Sons, Inc., 2005.
6. Wisskirchen F. (Hrsg.) Outsourcing – Projekte erfolgreich realisieren / Wisskirchen F. // Stuttgart: Schaffer Poeschel Verlag, 1999. – 426 p.
7. Dittrich J., Braun M. Business Process Outsourcing: Ein Entscheidungsleitfaden fur das Out – und Insourcing von Geschaftsprozessen / J. Dittrich, M. Braun // Schaffer-Poeschel Verlag Stuttgart, 2004. – P. 200.
8. Готтштальк П., Солли-Сетер Х. ИТ-аутсорсинг: построение взаимовыгодного сотрудничества / П. Готтштальк, Х. Солли-Сетер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 390 с.
9. Клеменс С., Доннелан М. Аутсорсинг бизнес-процессов. Советы финансового директора / С. Клеменс, М. Доннелан ; пер с англ. – М. : Вершина, 2006. – 416 с.
10. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : [учебное пособие] / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – М. : Инфра-М, 2006. – 288 с.
11. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С.О. Календжян. – М. : Дело, 2003. – 272 с.
12. Челенков А.П. Маркетинг услуг : [монография] / А.П. Челенков // Маркетинг. – 2002. – Спец. вып. № 16. – 128 с.
13. Хлебников Д. Реструктуризация компании: подходы и опасности / Д. Хлебников // Генеральный директор. – 2008. – № 6. – С. 48–54.
14. Deardorf A. Fragmentation in Simple Trade Models / A. Deardorf. – University of Michigan, 1998.
15. Hummels D., Rapoport D., Kei-Mu Yi. Vertical Specialization and the Changing Nature of World Trade // Federal Reserve Bank of New York Economic Policy Review, June 1998. – P. 79–99.
16. Krugman P. Growing World Trade: Causes and Consequences // Brookings Papers on Economic Activity. – 1995. – V. 1. – P. 327–377.
17. Abraham K.G., Taylor S.K. Firms' Use of Outside Contractors: Theory and Evidence / K.G. Abraham, S.K. Taylor // NBER Working Paper. – 1993. – № 4468.
18. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации: Новые формы ведения бизнеса в XXI веке / М. Уорнер, М. Витцель. – М. : Добрая книга, 2005. – 296 с.
19. Управление высокотехнологичным бизнесом (Классика HBR) ; пер с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 256 с.

Саенсус М. А.
Одесский национальный экономический университет

АУТСОРСИНГ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

Резюме
Статья содержит теоретическое обобщение направлений изучения понятия аутсорсинга как технологии инновационного управления. Рассмотрены понятийный аппарат аутсорсинга, сущность отдельных форм и видов аутсорсинга, содержание и основные этапы реализации аутсорсинга. Определены сферы применения аутсорсинга в менеджменте социально-экономических систем.
Ключевые слова: аутсорсинг, инновации, социально-экономические системы, управление.

Saiensus M. A.
Odessa National Economics University

OUTSOURCING AS THE TECHNOLOGY OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEMS

Summary
The article contains a theoretical generalization of the directions of the study of the concept of outsourcing as a technology of innovation management. The conceptual apparatus of outsourcing, the essence of separate forms and types of outsourcing, the content and the main stages of implementation of outsourcing are considered. Areas of application of outsourcing in the management of social and economic systems are determined.
Key words: outsourcing, innovations, social and economic systems, management.

УДК 589

Семенчук А. О.
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ СИСТЕМИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто основні аспекти формування стійкої конкурентної системи бізнес-процесів підприємства на основі застосування принципів стратегічного планування. Це забезпечує підприємству сильну конкурентну позицію на ринку. У результаті конкурентна стійкість підприємства базується на ефективних управлінських рішеннях підприємства, які окреслені чіткістю створення системи бізнес-процесів та наявністю механізму їх реалізації, тому конкурентна перевага – це результат змін підприємства, які стимулюють його діяльність у напрямі впровадження подальших змін, що забезпечує отримання вигод у тій чи іншій сфері.
Ключові слова: конкурентоспроможність, бізнес-процес, конкурентна перевага, стійкість підприємства, процесно-орієнтоване управління, продуктивність, ефективність, реінжиніринг.

Постановка проблеми. У сучасних умовах мінливого бізнес-середовища головним завданням бізнесу стає швидке реагування на зміни і таке ж швидке впровадження адекватних змін в організації і веденні бізнесу. Аналіз бізнес-середовища і моніторинг його змін, аналіз потреб споживачів і моніторинг змін у перевагах і поведінці споживачів стали основними стратегічно важливими процесами підприємства, що визначають усю подальшу його діяльність щодо створення продукту, його виробництва, доведення до споживача й одержання прибутку. Основними поширеними помилками українських підприємств є трактування маркетингових процесів як другорядних, підтримуючих видів діяльності і концентрація на створенні, виробництві і збуті продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління процесами у цілому та їх вдосконалення зокрема розглядаються науковцями, серед яких: С. Бір, Т. Давенпорт, Е. Демінг, П. Друкер, С. Ільдеменов, С. Ніканоров, Е. Ойхман, Е. Попов, С. Рубцов, Ф. Уллах, М. Хаммер, Дж. Харінгтон, Дж. Чампі, А. Шеер, та ін. Своєю чергою, проблематика формування конкурентоспроможності товарів, підприємств та організацій знайшла відображення у працях вітчизняних та переважно зарубіжних науковців, таких як: А. Александрова, Б. Берман, В. Галєєв, М. Гельвановський, Дж. Еванс, Ю. Єленєва, Ф. Котлер, А. Кротков, Г. Куликов, Ж. Ламбен, Й. Ліфіц, М. Портер, Л. Романова, А. Старостина, Р. Фатхутдінов, А. Яновський та ін. Сьогодні залишається майже нерозглянутою проблема формування конкурентоспроможної системи бізнес-процесів підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Багато компаній намагалися поліпшити продуктивність наявних процесів шляхом зниження витрат, підвищення якості, скорочення часу реагування. Але без ідентифікації процесів, що є дійсно стратегічно важливими, такі поліпшення зумовлювали тимчасовий результат, тимчасову конкурентну перевагу, яка легко копіювалася конкурентами. Компанії більше не можуть досягати стійкої конкурентної переваги тільки за рахунок швидкого впровадження нових технологій і професійного управління фінансовими потоками. Спроможність компанії мобілізувати і застосувати свої нематеріальні активи – основні ділові здібності, навички й уміння – стає вагомішим чинником, аніж інвестування й управління матеріальними активами.

Мета статті полягає в узагальненні та виділенні основних факторів зовнішнього та внутрішнього впливу на бізнес-процеси підприємства, формуванні аспектів конкурентоспроможної системи бізнес-процесів відповідно до процесного підходу управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифрова реальність нині вимагає від бізнесу радикального перегляду самих основ роботи на підприємствах і в компаніях, що спеціалізуються як на випуску продукції, так і на продажу та наданні послуг. Зміни в бізнес-процесах і підходах до роботи з клієнтами часто диктують самі споживачі, які стали більш мобільними і цифровими. Того ж вони чекають і від навколишнього світу.

Сучасний менеджмент указує на наявність двох принципів управління: функціонального та процесного. Всі інші є лише поєднанням та напрямами їх практичної реалізації. Суть функціонального управління полягає у контролі над виконанням працівниками їх функцій та чіткому виконанні працівниками вказівок експерта. Визначальним параметром ефективності при цьому виступає професійна кваліфікація керівника, оскільки він сам розподіляє сфери діяльності між підлеглими. Альтернативою функціональному управлінню пропонується «процесне управління», або «управління за процесами», основою якого є знамените «управління за цілями» П. Друкера [1].

Процесне управління відрізняється від функціонального тим, що виділяється поняття «бізнес-процес» як послідовність дій, спрямована на досягнення кінцевого, вимірюваного і конкретного результату. Відповідно до принципів управління, бізнес-процес ділиться на елементи, кожен з яких також має конкретні та вимірювані «входи» (ресурси) та «виходи» (результати).

Сьогодні можна зустріти декілька визначень процесного підходу до управління. Перше базується на системному розгляді діяльності компанії як сукупності процесів та розробленні системи управління процесами з використанням стандартів ISO серії 9000:2000. Відповідно до цього підходу, процес визначається як стійка, цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, яка за певною технологією перетворює входи у виходи, які мають цінність для споживача. Друге визначення процесного підходу базується на виділенні в компанії «наскрізних» процесів, їх деталізації та подальшої реорганізації. Прихильники підходу «наскрізних» процесів визначають процес як цілеспрямовану послідовність операцій, робіт, що призводять до заданого кінцевого результату. За цього підходу процес являє собою перелік послідовності робіт, виконуваних почергово в різних структурних підрозділах, досить часто навіть із різних функціональних напрямів, відповідальних виконавців, вхідної та вихідної документації тощо.

© Семенчук А. О., 2017

Сьогодні для підприємств, що орієнтовані на довгостроковий успіх у бізнесі, для створення ефективної системи менеджменту актуальним стає перехід від функціонального до процесного управління.

Після впровадження в систему управління підприємством процесного підходу змінюються й підходи до формування конкурентоспроможності підприємства. Так, ключовою основою для формування конкурентоспроможності стають бізнес-процеси підприємства. Для позначення бізнес-процесу часто використовується поняття «5М» – п'ять складових частин процесу, які формують внутрішні фактори конкурентоспроможності самих бізнес-процесів: Method – технологія; Man – персонал; Machinery – устаткування; Material – матеріали; un Milieu ouvrier (франц.) – виробниче середовище.

За більш докладної декомпозиції 5М можна розбити на 12 складників процесу. Для того щоб процес пройшов у керованих умовах, у розпорядженні власника процесу повинні бути всі складники: технологія, персонал, устаткування, оснащення та інструменти, контрольно-вимірювальне устаткування, нормативна документація, основні матеріали, допоміжні матеріали, виробниче середовище, тепло, енергоносії, програмне забезпечення (hard&soft), інформація [2].

Цей список можна варіювати, викреслювати або доповнювати залежно від специфіки процесу, але переважно це ті складові елементи, без яких не може відбутися процес, що разом із зовнішніми факторами формують передумови конкурентоспроможної системи бізнес-процесів підприємства. До зовнішніх факторів, які впливають на формування конкурентоспроможної системи бізнес-процесів, можна віднести стан і кваліфікацію трудових ресурсів, соціально-економічну і внутрішньополітичну ситуацію, якість та ефективність фінансової системи, ступінь впливу урядової політики на створення конкурентного середовища, стан інфраструктури, внутрішній макроекономічний потенціал, рівень платоспроможного попиту, науково-технічний потенціал та ступінь участі у міжнародному поділі праці, у торгівлі й потоці інвестицій. Звісно, це не вичерпний перелік усіх факторів, що мають вплив на формування конкурентоспроможної системи бізнес-процесів, але він може варіюватися залежно від умов та сфери функціонування підприємства в економічному середовищі [3].

Не менш важливо й розуміти, наскільки ґрунтовно підприємство потребує вдосконалення та перебудови системи бізнес-процесів. Залежно від цього розглядається декілька рівнів оптимізації бізнес-процесів:

Безперервне вдосконалення бізнес-процесів (Continuous Process Improvement). Цей вид удосконалення процесів найближчий до системи «тотального управління якістю» (Total Quality Management). Традиційний підхід передбачає надання команді з упровадження повноважень вносити зміни стосовно оптимізації якості, часу, витрат. Процес удосконалення має зростаючий і безупинний характер. Як правило, на цьому рівні відбуваються вдосконалення в межах одного-двох процесів або навіть процедур.

Редизайн бізнес-процесів (Business Process Redesign). Редизайн бізнес-процесів – наступний рівень у процесі оптимізації на підприємстві відповідно до мети, чітко поставленої в програмі вдосконалень (наприклад, за обраним критичним індикатором ведення бізнесової діяльності). Основна мета – виявлення й усунення процесу, що не приносить додаткової вартості. При цьому відбувається впровадження найкращої практики в усьому процесі або в його конкретній частині. На цьому рівні вдосконалення працює крос-функціональна команда управлінців, що здійснює діагностику наявних процесів і розробляє заходи щодо їх удосконалення.

Реінжиніринг бізнес-процесів (Business Process Reengineering). Застосовується за необхідності радикальних змін на підприємстві, коли створюється певний пресинг у середовищі організації для підтримки місії, поліпшення конкурентного положення або просто, щоб вижити. Цей рівень передбачає створення нових, ефективніших бізнес-процесів на підприємстві без урахування старої організації процесів.

В останні роки термін «реінжиніринг» використовується невірно, більше того, ним часто зловживають. Зловживання терміном, зокрема використання його для назви проектів, які не є реінжинірингом, призводить до появи великої кількості прикладів «невдач», що означає невідповідність очікуваних і отриманих результатів. Доцільно розглянути поняття «реінжиніринг» більш докладно і визначити його як фундаментальне переосмислення і радикальне перепроектування бізнес-процесів для досягнення істотного поліпшення в якості функціонування. Тобто реінжиніринг – це якісний перехід до нового рівня ефективності бізнесу, здійснення прориву. Критерій реінжинірингу – завжди разючий прорив в ефективності функціонування. Із визначення зрозуміло, що реінжиніринг – це не поліпшення наявного стану речей, не проведення косметичних змін, не перетасування наявних систем, а скоріше це відмова від того, що було раніше, і новий винахід того, як робота повинна бути виконана. Під процесом ми розуміємо групу взаємозалежних завдань, що спільно створюють цінність для споживача. У традиційній організації процеси, проходячи через численні організаційні підрозділи, – фрагментовані, сховані й, по суті, некеровані. Проте процеси – це першооснова організації, це засіб створення цінності для споживачів. Єдиний шлях досягнення разючого поліпшення функціонування – це застосування цілісного підходу до наскрізних процесів [4].

Необхідно також відзначити, що реінжиніринг, починаючись із перепроектування бізнес-процесів, цим не закінчується. Він має набагато глибший вплив на всю бізнес-систему. Проектування бізнес-процесів визначає кваліфікацію людей, що будуть виконувати цей процес. Це, своєю чергою, веде до зміни організаційної структури і системи управління для оцінки, найму, навчання і розвитку цих людей. Ця система створює новий набір цінностей підприємства (переконань, правил поведінки, норм), що підтримує виконання процесу. Реінжиніринг починається з перепроектування процесу, проте змінює всю організацію. Можна сказати, що він створює організацію, цілком відмінну від тієї, що була. Таким чином, реінжиніринг, торкаючись таких глибоких аспектів життєдіяльності організації, передбачає й зміни системи оцінки, мотивації і заохочення персоналу. Людьми, що працюють по-новому, необхідно управляти по-новому. Не можна реалізувати реінжиніринг бізнес-процесу, ізолюючи його від усіх інших аспектів організації.

Модифікуючи процеси, компанія забезпечує зростання продуктивності, а проводячи реінжиніринг – забезпечує ріст ефективності. Зростання продуктивності відображує поліпшення результатів шляхом зниження витрат і є внутрішнім

показником, який легко виміряти і за необхідності збільшити. Ефективність пов'язана із задоволенням потреб споживачів, є зовнішнім показником, який важко піддається вимірюванню і для поліпшення якого необхідний значний проміжок часу. Ефективність має величезне значення для виживання й успішної діяльності підприємства. Продуктивність пов'язана з витратами, ефективність – із виявленням можливостей створення ринків. Отже, підприємство повинно бути передусім ефективним, а потім уже продуктивним. Окрім того, якщо процес оптимізації бізнес-процесів завершився невдало, це означає, що керівники цього процесу не врахували такі моменти: всі процеси в організації пов'язані; баланс цілей бізнес-процесу (однієї мети завжди недостатньо); підвищення ефективності в одному місці бізнес-процесу часто знижує ефективність в інших місцях; не все, що робиться в організації, – це окремий бізнес-процес; поділ та обмеження повноважень.

Для формування ефективної конкурентоспроможної системи бізнес-процесів та забезпечення цим довгострокових конкурентних переваг вітчизняним підприємствам необхідно приділяти особливу увагу вирішенню питань оптимізації бізнес-процесів та їх приведенню у відповідність до поставлених стратегічних цілей з орієнтиром на внутрішніх, а також зовнішніх споживачів та з урахуванням змін зовнішнього середовища. А це можливо досягти тільки шляхом безперервного поліпшення всіх ключових бізнес-процесів, окремих «критичних» бізнес-процесів або радикальної зміни бізнес-процесів на підприємстві. Це вимагає здійснення на підприємстві організаційних стратегічних змін, які зумовлені, перш за все, неефективністю здійснюваних бізнес-процесів, що веде до незадовільного функціонування підприємства; зміною масштабів діяльності та розмірів підприємства; перевантаженням вищого керівництва; постійними змінами, що відбуваються у зовнішньому середовищі; зростанням конкуренції тощо.

Для досягнення ефективного управління бізнес-процесами, постійного їх удосконалення та оптимізації необхідно реально поліпшити основні показники, а саме: скоротити витрати, поліпшити якість, оперативність, задоволеність споживачів тощо; також необхідно підвищити якість та ефективність системи управління підприємством; забезпечити прискорення впровадження інновацій; підвищити інвестиційну цікавість; забезпечити адаптацію підприємства до умов постійно змінюваного зовнішнього середовища.

Процес формування конкурентоспроможної системи бізнес-процесів нині все більше зміщується у бік тих процесів, які забезпечують швидкість і точність ринкових реакцій підприємства. Це спроможність підприємства до ефективних інновацій у вирішенні завдань ідентифікації та організації постійного моніторингу потреб клієнта, процедур залучення клієнтів, задоволення потреб клієнта (не продаж продуктів або надання послуг, а саме задоволення потреб), утримання клієнтів, управління системою використання послуг зовнішніх організацій (аутсорсинг). Здатність до управління інноваціями стає ключовим фактором успіху підприємства. Критичними процесами, тобто такими, які надають вирішальний вплив на конкурентоспроможність системи бізнес-процесів, стають ті, за якими як би не склалося загальноприйнятої практики управління на відміну від, приміром, складської логістики або передпродажного сервісу. Нижче виділено деякі з принципових позицій у ланцюжку створення цінностей, які стають зонами формування перспективних конкурентних переваг.

Ідентифікація потреб клієнта – визначення ринку – розроблення продукту – залучення клієнта – постачання – аутсорсинг – налаштування виробничих технологій – виробництво продукту – дистрибуція – сервіс – задоволення потреб клієнта – утримання клієнта.

Такий підхід орієнтує організацію на посилення уваги до питань досліджень, дизайну і розвитку процесів, які забезпечують створення нових продуктів, послуг (сервісу) і ринків.

Сучасні методики аналізу внутрішніх процесів дають змогу оцінити їх ефективність із використанням різних критеріїв. Однак суть при цьому не змінюється: процеси, які фіксують переваги підприємства, повинні бути організовані краще, ніж у конкурентів. Якщо ефективність критичних бізнес-процесів недостатня, то постає питання про конкурентоспроможність підприємства у цілому. Якщо проблеми є в процесах, які не є критичними для забезпечення стратегії, слід прийняти рішення про їх оптимізацію, реінжиніринг або про передачу відповідальності за них зовнішнім організаціям – аутсорсерам.

Підкреслимо, що критичні бізнес-процеси, як правило, зовнішнім організаціям не передаються: надто великий ризик втрати конкурентоспроможності. Для компенсації низької ефективності критичних бізнес-процесів створюються стратегічні партнерства. Одним із варіантів посилення конкурентоспроможності через створення нових бізнес-процесів є поглинання бізнесів.

Таким чином, формується два базових підходи до моделювання бізнес-процесів. Перший: беремо наявний варіант, виділяємо ключові бізнес-процеси, налаштовуємо їх. Другий: заново проектуємо базові (створюють головну цінність) бізнес-процеси за принципом досягнення максимуму ефекту з мінімальними витратами або передаємо їх функції стороннім організаціям. Окрім усього іншого, це дає можливість долучитися до наявних товарних ланцюжків, зіграти на випередження в умовах активної конкуренції.

Дуже важливо правильно задати параметри для проектування бізнес-процесів (кількісні, якісні, тимчасові, фінансові, вимоги до рівня управління) і знайти способи досягнення заданих параметрів із мінімальними витратами, що визначить у кінцевому підсумку вибір технологій і, відповідно, матеріальних і нематеріальних активів.

Не можна не відзначити й ту обставину, що бізнес-процеси ефективно налаштовуються лише за умови наявності стратегії розвитку підприємства. Своєю чергою, одне з головних завдань організації бізнес-процесів – забезпечити максимальну ефективність операційних процесів, не втрачаючи водночас орієнтації на досягнення стратегічних цілей. Управління бізнес-процесами означає можливість швидкої зміни параметрів входів і виходів з урахуванням поведінки цільових сегментів, прискорення потоків робіт за необхідності, підвищення продуктивності, зниження вартості. Сама наявність системи ефективного управління бізнес-процесами вже забезпечує серйозну довгострокову перевагу підприємству на ринку.

Висновки. Ринкові трансформації, що відбулися останнім часом у суспільно-економічній системі – високий рівень конкуренції, тиск кризових факторів на всі рівні економіки, висока непередбачуваність змін у зовнішньому середовищі та курс нашої держави на вступ до ЄС, – вимагають від вітчизняних підприємств постійного пошуку

нових, більш ефективних інструментів і методів управління, спрямованих на досягнення та зміцнення конкурентних переваг на ринку та стабільну їх діяльність у довгостроковій перспективі. Опираючись на це, важливим завданням стає необхідність переорієнтації на новітню та високотехнологічну модель удосконалення та розвитку бізнес-процесів, що відбуваються на підприємстві. Саме управління бізнес-процесами підприємства в рамках формування конкурентоспроможності дає змогу знайти напрями оптимізації та досягнення гнучкості в діяльності підприємства.

Використання концепції процесно-орієнтованого управління означає, що діяльність підприємства розглядається як суцільний процес, змінюючи складові елементи якого можна досягнути стійкої конкурентної переваги. Таким чином, формування конкурентоспроможної системи бізнес-процесів підприємства залежить від багатьох факторів. Окрім того, під час формування конкурентоспроможної системи бізнес-процесів виникають і специфічні внутрішні фактори, які є особливими для кожного підприємства: входи та ресурси бізнес-процесів і найважливіший фактор, значущість якого підвищується для підприємств, – власник бізнес-процесу, тобто особа, відповідальна за хід здійснення самого бізнес-процесу, за прийняття управлінського рішення та за отримання продукту бізнес-процесу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальне решения / П. Друкер ; пер. с англ. М. Котельниковой. – М. : ФАИР ПРЕСС, 2003. – 288 с.
2. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах ; пер. с англ. под ред. Н.Д. Эриашвили. – М. : Аудит, ЮНИТИ,1997. – 224 с.
3. Луцька Т.В. Фактори конкурентоспроможності згідно процесного підходу до управління підприємством / Т.В. Луцька [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8496/1/Stattya_1.pdf.
4. Реінжиніринг і псевдо реінжиніринг / Інтернет-портал для управлінців Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.management.com.ua/bpr/bpr002.html.

Семенчук А. О.
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ СИСТЕМЫ БИЗНЕС-ПРОЦЕСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Резюме
В статье рассмотрены основные аспекты формирования устойчивой конкурентной системы бизнес-процессов предприятия на основе использования принципов стратегического планирования. Это обеспечивает предприятию сильную конкурентную позицию на рынке. В результате конкурентная устойчивость предприятия обеспечивается эффективными управленческими решениями предприятия, которые очерчены четкостью создания системы бизнес-процессов на предприятии и наличием механизма их реализации. Конкурентное преимущество – результат изменений на предприятии, которые стимулируют его деятельность в направлении изменений, обеспечивающих получение выгод в той или иной сфере.
Ключевые слова: конкурентоспособность, бизнес-процесс, конкурентное преимущество, устойчивость предприятия, процессно-ориентированное управление, производительность, эффективность, реинжиниринг.

Semenchuk A. O.
Vadym Hetman Kyiv National Economics University

CREATION OF COMPETITIVENESS SYSTEM OF BUSINESS PROCESSES AT ENTERPRISE

Summary
The article describes the main aspects in the development of sustainable competitive system of business enterprise processes applying the principles of strategic planning. It provides the company a strong competitive position in the market. The result of the competitive sustainability of the company effective managerial decisions of the enterprise, which are delineated definition of creation of system of business processes in the enterprise and the availability of mechanism for their implementation. Therefore, competitive advantage acts as a result of certain changes in the company, as well as the causes, in consequence stimulates the activity of the enterprise before implementing the following changes and benefits in a particular area.
Key words: competitiveness, business process, competitive advantage, sustainability of the enterprise, activity-based management, productivity, efficiency, reengineering.

УДК 33.332.142.4

Скупейко В. В.
Львівський університет бізнесу та права

ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА МЕЗО- І МАКРОРІВНІ

Досліджено функціональні зв'язки, що виникають між суб'єктами господарювання в конкурентному середовищі. Здійснено поділ конкурентного середовища на мезорівень та макрорівень. Окреслено стратегічні завдання з розвитку конкурентного середовища сільськогосподарських підприємств. Зазначено, що стратегічним завданням розвитку конкурентного середовища на окремо взятій території є ефективне використання ресурсів залежно від наявних взаємозв'язків та регуляторів. Обґрунтовано фактори, від яких залежить рівень конкурентоспроможності підприємств.
Ключові слова: конкурентоспроможність, мезорівень конкурентоспроможності, макрорівень конкурентоспроможності, конкурентна продукція, сільськогосподарські підприємства.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність та ринкове економічне середовище є взаємопов'язаними елементами економічної системи, які формують збалансовані механізми господарських відносин з урахуванням соціально-економічних інтересів суб'єктів господарювання, ступеня ринкової рівноваги, територіального розміщення. Водночас територіальне розміщення має залежність від інфраструктурних зв'язків, наявного економічного ресурсу ринкової системи та соціально-економічної системи у поєднанні з рівнем виробничих комплексів у цілому та сільськогосподарських підприємств (далі – СГП) зокрема, які наділені відповідними ресурсами.

Розглядаючи ринок у глобальному вимірі, у т. ч. глобальний сільськогосподарський ринок, необхідно зазначити, що соціально-економічна система визначає процес його формування на засадах адміністративно-організаційних відносин між апаратом управління, суб'єктом господарювання та кінцевими споживачами у процесі реалізації пропозиції на товари/послуги та стимулювання на них попиту. Отже, апарат управління, суб'єкт господарювання та кінцеві споживачі стають учасниками інфраструктури сформованого конкурентного середовища, формуючи водночас механізми впливу на наявну ресурсну базу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями проблематики щодо формування і розвитку конкурентоспроможності займалися такі вчені, як Г. Азоєв [1], О. Герман [2], Р. Фатхутдінов [3], С. Лихолат [4] та А. Воронкова [5], які у своїх працях розглядали конкуренцію як стратегічний елемент у діяльності суб'єктів господарювання. Такі дослідники, як М. Аліман [6], Н. Міценко [7] та Л. Антонюк [8] приділяли особливу увагу механізмам формування конкурентоспроможності. Велике значення мають також дослідження оцінки конкурентоспроможності підприємств. Так, О. Трут [9], В. Павлова [10], К. Прохоренко [11], В. Реутов [12], В. Сідун [13; 14] та інші вчені-економісти у своїх працях дослідили критерії та методи оцінки конкурентоспроможності підприємств. Методологічні та теоретичні підходи до аналізу конкурентоспроможності розробили такі вчені, як М. Портер [15], О. Білорус та Ю. Мацейко [16], Я. Жаліло та Я. Базилюк [17], Р. Лупак [18] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри вагомий масив досліджень невирішеним залишається питання реалізації конкурентної продукції, яка повинна усувати можливі суперечності між покупцями та продавцями для збалансування конкурентного ринку СГП, націлених на інтеграцію в європейський економічний простір.

Мета статті полягає у дослідженні функціональних зв'язків між суб'єктами господарювання в конкурентному середовищі для виробництва та реалізації конкурентних товарів/послуг, які б у повному обсязі забезпечували соціально-економічні потреби кінцевого споживача на тих чи інших ринках, ураховували специфіку товаровиробника та стратегічні цілі ефективного конкурентного середовища в регіональному розрізі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи конкурентне середовище СГП, виникає необхідність його поділу на рівні з урахуванням регіональної соціально-економічної системи та її динамічності, а саме [20]:

– мезоекономічний рівень, що обмежений внутрішньорегіональними зв'язками та забезпечує соціально-економічний захист кінцевого споживача;

– макроекономічний рівень, що відображає наявну ринкову інфраструктуру в межах держави. На цьому рівні виникає потреба в системних взаємозв'язках та у визначенні структури конкуренції з урахуванням ресурсного потенціалу ринку і можливостей реалізації стратегічних цілей.

Зазначений поділ на рівні покликаний відтворити динамічний матеріально-уречевлений процес конкурентного середовища, який наділений якісними та кількісними показниками наявних ресурсів шляхом їх переміщення від виробника до кінцевого споживача, а також з урахуванням вартості створюваних товарів/послуг та їх кінцевої ціни. Розуміння процесу руху наявних ресурсів сприяє посиленню конкурентного становища суб'єкта господарювання не лише в період виробництва, а й у період кінцевої реалізації товарів/послуг, що дає можливість визначити фактори впливу на виробництво сільськогосподарських товарів/послуг та їх використання кінцевим споживачем. Необхідно зазначити, що відсутність ефективного конкурентного середовища призводить до зростання соціально-економічної незбалансованості та залежності від процесу інфляції. Таку негативну тенденцію можна регулювати шляхом розрахунку вартості «споживчого кошика».

Необхідно зазначити, що в умовах глобалізаційних процесів першочерговими є питання наявного динамічного інформаційного простору щодо руху ресурсів (у т. ч. трудових), що становить підґрунтя для визначення регіональної конкурентоспроможності, яка на рівні СГП забезпечується рухом ресурсів у поєднанні з дієвими методами їх забезпечення, просуванням та формуванням гарантій щодо кінцевого споживача.

Отже, у процесі моделювання конкурентного середовища необхідно націлюватися на демонополізацію сільськогосподарського виробництва

© Скупейко В. В., 2017

як механізму рівноваги міжгалузевих зв'язків та регіональних товарно-грошових процесів, яку можна досягти за наявності на ринку товарів/послуг-аналогів.

Конкурентне середовище характеризується, перш за все, рівнем задоволення кінцевого споживача від соціально-економічної орієнтованості суб'єктів господарювання, а також: рівнем розвитку ринкової інфраструктури; рівнем наявних природних ресурсів і можливістю здійснювати товарний обмін; розміром інвестиційних надходжень; рівнем монополізації та наявними механізмами його регулювання з боку держави; рівнем матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання тощо, які, своєю чергою, мають пряму залежність від особливостей регіону, в якому знаходиться таке середовище (наприклад, географічне розміщення, історичні аспекти, демографічні особливості) та наявних зв'язків із зовнішніми ринками, де особливе місце посідає націленість на формування міжнародних економічних зв'язків.

Отже, стратегічним завданням конкурентного середовища на окремо взятій території є ефективне використання наявних ресурсів залежно від наявних взаємозв'язків та регуляторів, що зможуть організувати безперебійний ланцюг від виробника до кінцевого споживача з одночасним обмеженням впливу функцій органів державного управління до рівня підтримуючої (наприклад, налагодження ринкової інфраструктури) та компенсаційної (наприклад, запровадження антимонопольних заходів) функцій.

Водночас, досліджуючи взаємозв'язки стратегічних та тактичних цілей конкурентного середовища, необхідно виділити рівні таких цілей. Так, на початковому рівні найбільш вагомими є ступінь саморегуляції суб'єкта господарювання, максимізація економічної самостійності, оптимізація наявного господарського комплексу. Даний рівень передує розвитку інфраструктурних зв'язків, організації товарно-грошових потоків, розумінню необхідності соціально-економічного захисту, розбудові наявного господарського комплексу. Для подальшої можливості реалізації зазначених цілей на наступному рівні необхідні наявність приватної підприємницької діяльності, демонополізація підприємницької діяльності та можливість створення зовнішніх економічних зв'язків. На останньому рівні [21]:

– формується забезпечення: законодавчо-нормативне, управлінське, інформаційне, ресурсне. Найбільш вагомими заходами з боку держави є впровадження фіскальної політики на тлі інфляційних процесів, визначення рівня відсоткової ставки на кредитування та грошовий обіг, обмеження цін тощо;

– налагоджується баланс між наявними ресурсами та грошовими доходами кінцевого споживача. Водночас така державна політика призводить до зміни купівельної спроможності кінцевого споживача та зменшення реальних доходів;

– розробляються механізми адміністративно-економічного стимулювання обсягів виробництва;

– розробляються методи соціально-економічного захисту кінцевого споживача та формування громадської думки з урахуванням індексації рівня життя населення та враховуючи потреби найменш захищених верств населення шляхом установлення балансу між товарними й грошовими потоками. Державна індексація цін знаходиться в основі розрахунку мінімальної заробітної плати та у формуванні «споживчого кошика» і водночас сприяє зростанню виробництва товарів/послуг до рівня наявного попиту на них, а також зростанню інфляції за рахунок підвищення цін, знецінення грошової маси;

– створюються пріоритетні напрями формування механізмів економічної орієнтації підприємницьких ініціатив. Необхідно зазначити, що такий баланс досягається шляхом конкуренції на рівні як виробників, так і споживачів. Такий баланс між наявним розривом товарної маси і доходами населення вирішує взаємопов'язані цілі, такі як збільшення конкурентної товарної пропозиції та зменшення грошових доходів населення.

Структура витрат населення є залежною від вартості витрат на житлово-комунальні послуги, товарів першої необхідності, які забезпечуються СГП, та нетоварних витрат. Тобто товарно-грошовий баланс у конкурентному середовищі досягається шляхом регулювання роздрібних цін відповідно до розміру витрат та структури споживчих розходів і, як наслідок, пріоритетності покупок серед населення, особливо продовольчої групи. Відсутність балансу між зазначеними позиціями сприяє зростанню роздрібних цін та є критичним для найменш захищених верств населення. Відповідно, така ситуація потребує втручання державних органів управління в напрямі стабілізації роздрібних цін на товари першої необхідності.

Звідси, в умовах формування конкурентного середовища СГП є необхідним застосування важелів економічного та адміністративного регулювання товарних потоків у межах внутрішньорегіональної системи соціально-економічного захисту населення для подальшого застосування прогнозних та аналітичних розрахунків щодо використання територіальних товарно-грошових потоків на засадах наявного методологічного та інформаційного масиву в конкурентному середовищі у цілому та СГП зокрема.

Конкурентне середовище СГП шляхом створення гарантій щодо ефективного перерозподілу сільськогосподарських товарів/послуг створює необхідний рівень соціальної ефективності суспільного виробництва та наповнює державний бюджет шляхом, наприклад, надходження податків.

Необхідно зазначити, що даний процес має й зворотну сторону. Розмір сплачених податків є елементом витрат кінцевого споживача та покриває виробничі затрати, податки торгівельних підприємств, витрати обігу. Водночас наявна система оподаткування окреслює межі економічних інтересів як кінцевого споживача, так і суб'єктів господарювання на засадах діючих економічних законів та з позицій зростання надходжень від монопольних підприємств.

Зменшення надлишкових запасів готової продукції є вагомою ситуацією для СГП, що, своєю чергою, відкриває додаткові можливості для даного виду підприємств шляхом створення виробництва із завершеним технологічним циклом. Така спеціалізація СГП сприяє посиленню конкурентного становища на ринку, зростанню продуктивності праці, створенню нових робочих місць, зменшенню операційних витрат.

Отже, на мезо- та макрорівнях господарювання СГП відбувається сегментація споживчого ринку, формується конкурентне середовище, відбувається економічне зростання [19]. Такий процес характеризується показниками конкурентоспроможності, які формуються під впливом економічних, політичних, законодавчих, демографічних, природньо-географічних, інноваційних, вироб-

ничо-технологічних, ментальних факторів. Дані фактори є чітко систематизовані та наділені вимірюваними показниками конкурентоспроможності, визначення їх ефективності з чіткою ієрархічною побудовою залежно від наявних зв'язків у конкурентному середовищі.

Необхідно підкреслити, що конкурентоспроможність товарів/послуг забезпечується конкурентними СГП, унаслідок чого виникає необхідність розроблення конкурентоспроможної стратегії зростання як результату ефективної діяльності СГП із застосуванням певних форм зв'язку, що залежать від інтенсивності впливу конкурентних сторін на конкурентне середовище, а саме:

– прямого одностороннього зв'язку, що виникає внаслідок взаємодії підприємств і під впливом органів державного управління та наявних галузевих державних інститутів;

– прямого двостороннього зв'язку між конкурентними полями;

– опосередкованого двостороннього зв'язку що формується під впливом факторів (політичних, ментальних, демографічних).

Таким чином, мезосередовище визначає умови господарювання та передумови ефективності окремо взятого підприємства в межах регіону шляхом прямого впливу на інтенсивність діяльності, швидкість оборотності коштів і, як наслідок, фінансові результати. При цьому відбувається опосередкований вплив на формування купівельної спроможності населення [20, с. 131].

Макросередовище, своєю чергою, сприяє формуванню балансу ринкової системи в межах держави, забезпечуючи фінансово-економічну безпеку СГП через призму соціально-психологічних факторів, таких як, наприклад, ступінь задоволення соціально-економічних потреб кінцевого споживача [20, с. 145].

Отже, залежність конкурентного середовища від прямих та опосередкованих факторів, недостатній рівень конкурентного середовища та його невизначеність щодо інформаційних складників, наявність факторів комплексності конкурентного середовища сприяють інтенсивності взаємозв'язків конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та формують стійкий рівень взаємозв'язків об'єктів конкурентоспроможності під дією конкурентного середовища шляхом реалізації економічних інтересів кінцевих споживачів та суб'єктів пропозиції товарів/послуг для подальшого впливу на кон'юнктуру ринку на окремі товари/послуги, а також розширення асортиментної лінії, цінової структури залежно від соціально-економічних інтересів споживачів.

Висновки. Провівши дослідження, можна зробити висновок, що систему конкурентоспроможності можна назвати функціональною за наявності та використання переваг окремими суб'єктами господарювання з певним фінансовим економічним ефектом, який стимулює до подальшого розвитку та посилення конкурентного становища підприємства-конкурента. Як наслідок, конкурентоспроможність стає ключовим елементом соціально-економічного розвитку конкурентного ринку та в подальшому соціально-економічної безпеки споживачів. Водночас є результатом боротьби між СГП та боротьби за кінцевого споживача шляхом мінімізації витрат і досягнення економічного ефекту споживання, формування достатнього «споживчого кошика» та досягнення соціального ефекту споживання і в подальшому впливає на розвиток товарної пропозиції та товарного попиту.

Проте циклічність економічних процесів у процесі провадження господарської діяльності в конкурентному середовищі та динамічність економічної боротьби за сегменти цього середовища в діяльності СГП супроводжуються зростанням кількості кінцевих споживачів, зростанням обсягу реалізації товарів/послуг, а також фінансових результатів шляхом перерозподілу прибутку, розвитку ресурсного потенціалу і, як наслідок, циклічного зростання конкурентоспроможності.

Загалом розвиток конкурентного середовища необхідно розглядати за наявності взаємозв'язків між мезо- та макрорівнями, водночас розвиваючи власну націленість на охоплення додаткового сегменту конкурентного середовища та посилення стійкості підприємства із застосуванням взаємозумовлених та взаємозалежних процесів визначення ефективності системи забезпечення конкурентоспроможності і подальшого забезпечення стійкого розвитку економіки держави у цілому та СГП зокрема.

У подальших дослідженнях необхідно розглядати конкурентоспроможність СГП у загальній системі формування, забезпечення та використання конкурентних переваг через призму цільового призначення програми стратегічного розвитку щодо досягнення високого конкурентного становища та посилення господарсько-фінансового ефекту діяльності сільськогосподарського підприємства.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280 с.
2. Герман О.М. Стратегічна маркетингова спрямованість як складова забезпечення довгострокової конкурентоспроможності торговельного підприємства / О.М. Герман // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 6(60). – С. 72–77.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
4. Лихолат С.М. Монополізм та конкуренція як форми прояву інфраструктури ринку / С.М. Лихолат // Вісник ЛКА. Економіка. – 2005. – Вип. 19. – С. 203–207.
5. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : [монографія] / А.Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315 с.
6. Аліман М. Шляхи забезпечення конкурентоспроможності споживчої кооперації / М. Аліман // Проблеми розвитку споживчої кооперації України в ринковому середовищі. Ч. 2. – Львів, 1998. – С. 3–6.
7. Міценко Н.Г. Діагностика функціонування економічного механізму торговельного підприємства / Н.Г. Міценко // Вісник ЛКА. Серія економічна. – 2007. – Вип. 19. – С. 197–203.
8. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : [монографія] / Л.Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.
9. Трут О.О. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності підприємства / О.О. Трут // Вісник ЛКА. Серія економічна. – 2001. – Вип. 8. – С. 80–82.
10. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : [монографія] / В.А. Павлова. – Д. : ДУЕП, 2006. – 276 с.

11. Прохоренко К.М. Результати оцінки рейтингів конкуренто-спроможності монопродукції / К.М. Прохоренко, О.М. Германович // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2003. – С. 176–181.
12. Реутов В.Є. Конкурентноздатність підприємства: критерії, показники і методики оцінювання / В.Є. Реутов // Економіка та держава. – 2006. – № 5. – С. 65–67.
13. Сідун В.А. Критерії оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства / В.А. Сідун, Ю.І. Тупчій // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2005. – Вип. 199. – Т. 3. – С. 794–798.
14. Сідун В.А. Система показників оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі / В.А. Сідун, Ю.І. Тупчій // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2005. – Вип. 1. – С. 196–204.
15. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; пер. с англ. под ред. В.Д. Щетинина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
16. Білорус О. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі / О. Білорус, Ю. Мацейко // Економічний часопис XXI. – 2002. – № 9. – С. 12–16.
17. Жаліло Я.А., Базилюк Я.Б. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я.А. Жаліло, Я.Б. Базилюк ; за ред. Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.
18. Лупак Р.Л. Організаційно-економічні рівні та система взаємозв'язків конкурентоспроможності / Р.Л. Лупак // Матеріали доповідей II Міжнародної студентсько-аспірантської науково-практичної конференції «Стратегія зростання конкурентоспроможності в умовах глобалізації» (Львів, 19–20 травня 2007 р.). – Львів : Львівський інститут МАУП, 2008. – С. 330–335.
19. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М.И. Гельвановский, В.М. Жуковская, И.Н. Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С. 67–78.
20. Калина А.В. Современный экономический анализ и прогнозирование (микро- макроуровень) : [учеб. пособ.] / А.В. Калина. – К. : МАУП, 1998. – 266 с.
21. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : [монографія] / Я.Д. Качмарик [та ін.]. – Львів : Піраміда, 2012. – 208 с.

Скупейко В. В.
Львовский университет бизнеса и права

ИССЛЕДОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА МЕЗО- И МАКРОУРОВНЕ

Резюме
Исследованы функциональные связи, которые возникают между субъектами ведения хозяйства в конкурентной среде. Осуществлено разделение конкурентной среды на мезо- и макроуровни. Очерчено стратегическое задание конкурентной среды сельскохозяйственных предприятий. Отмечено, что стратегическим заданием конкурентной среды на отдельно взятой территории является эффективное использование имеющихся ресурсов в зависимости от существующих взаимосвязей и регуляторов. Обоснованы факторы, от которых зависит уровень конкурентоспособности предприятий.
Ключевые слова: конкурентоспособность, мезоуровень конкурентоспособности, макроуровень конкурентоспособности, конкурентная продукция, сельскохозяйственные предприятия.

Skupeyko V. V.
Lviv University of Business and Law

THE RESEARCH ON FUNCTIONAL RELATIONS THAT OCCUR IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT AT MESO- AND MACRO LEVELS

Summary
The paper studies functional relations between business entities in a competitive environment. The paper also outlines two levels of the competitive environment: mesoeconomic and macroeconomic. The paper determines a strategic objective for the competitive environment of agricultural firms. That is, the most effective use of available resources at a specified area, based on existing relations and regulators. Besides, the research describes and explains the factors (both direct and indirect), which impact the competitiveness of firms.
Key words: competitiveness, meso level, macro level, competitive product, agricultural firms.

УДК 658.15: 330.33.01

Старинець О. Г.
Державний університет телекомунікацій

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

Здійснено моніторинг стану та виявлено тенденції розвитку телекомунікаційних підприємств у кризових умовах сьогодення, демасковано джерела та чинники виникнення кризових ситуацій. Розроблено нові підходи до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств та визначено особливості використання інструментів антикризового управління у сучасних умовах.
Ключові слова: антикризове управління, телекомунікаційні підприємства, інструменти антикризового управління.

Постановка проблеми. Сучасні телекомунікаційні підприємства змушені проводити свою діяльність в умовах глибоких кризових деформацій економічного простору, що зумовлено негативними тенденціями у соціальному та політичному ландшафті країни. Гострою проблемою для телекомунікаційних підприємств є нестабільність діяльності, коливання параметрів макросередовища, фактори невизначеності, різноманітні ризики й загрози, які можуть спровокувати глибоку кризу підприємства, його банкрутство та ліквідацію. Загострення кризових явищ і зацікавленість у функціонуванні та розвитку телекомунікаційних підприємств зумовили здійснення моніторингу їх стану та виявлення тенденцій розвитку, демаскування джерел та чинників виникнення кризових ситуацій, що сприятиме розробленню нових підходів до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств й визначення особливостей використання інструментів антикризового управління у сучасних умовах та є передумовою їх оздоровлення й підвищення темпів соціально-економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблематики розвитку підприємств в кризових умовах та теоретичних й методологічних аспектів антикризового управління зробили вітчизняні та закордонні науковці, зокрема: Н. Брюховецька, О. Василенко, А. Градов, А. Грязнова, О. Гудзь, Е. Жарковська, С. Ілляшенко, О. Коваленко, С. Крейтмер, В. Кошкін, Р. Келер, Л. Лазоренко, Л. Лігоненко, О. Терещенко, П. Стецюк, З. Шершньова, Е. Уткін та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак у наукових екскурсах спостерігається недосконалість методологічного забезпечення для розроблення та імплементації антикризових заходів на телекомунікаційних підприємствах у сучасних умовах, що вимагає подальших глибоких наукових досліджень.

Мета статті полягає у здійсненні моніторингу стану та виявленні тенденцій розвитку телекомунікаційних підприємств у кризових умовах сьогодення, демаскуванні джерел та чинників виникнення кризових ситуацій, розробленні нових підходів до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств в визначенні особливостей використання інструментів антикризового управління у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Доступний своєчасний якісний зв'язок, розгалужені інфокомунікації вважаються платформою успішного бізнесу країни та прогресивного розвитку суспільства. Рівень економічного розвитку й стабільності діяльності телекомунікаційних підприємств формує передумови інноваційності й сталого розвитку інших галузей економіки та значною мірою відображає якість життя населення. Підтримуючи зазначене, В.М. Гранатуров та І.В. Литовченко переконують, що саме «інформаційно-комунікаційні технології є сучасним важелем, який надає можливість трансформувати стратегії розвитку; засобом, який можна використовувати практично в усіх галузях, а також новітнім і потужним ресурсом для економічного зростання» [2, с. 15].

Підвищення значення діяльності телекомунікаційних підприємств підтверджується також зростанням їх чисельності й різноманітності.

У 2012 р. чисельність телекомунікаційних підприємств становила 66 568 од., і фактично щороку вона збільшувалася на 31,07% і в 2015 р. становила 116 136 од. [4; 5]. Таку тенденцію вважаємо позитивною, оскільки підвищення чисельності телекомунікаційних підприємств сприятливо вплинуло й на зростання результатів їх діяльності.

У структурі телекомунікаційних підприємств протягом 2010–2015 рр. переважали малі підприємства, частка яких спостерігалася у межах від 96,83% у 2010 р. до 97,48% у 2015 р. за одночасного зниження частки великих підприємств (з 0,07% у 2010 р. до 0,04% у 2015 р.) та середніх (із 3,10% у 2010 р. до 2,47% у 2015 р.). Водночас відзначимо помітне зростання телекомунікаційних мікропідприємств – з 10 728 од. (81,34%) у 2010 р. до 11 542 од. (84,66%) у 2015 р. [4; 5].

Серед загальної кількості телекомунікаційних підприємств лише певна їх частка є активними. Тренди демонструють кількісний спад активності телекомунікаційних підприємств за період із 2012 до 2015 р. [4; 5].

Загальновизнано, що одним із чинників забезпечення розвитку телекомунікаційних підприємств уважається обсяг капітальних інвестицій, що спрямовуються на розширене відтворення основних засобів, на їх реконструкцію та модернізацію. Розглянуті тренди параметрів капітальних інвестицій демонструють їх помітне збільшення, особливо в 2015 р. Так, у 2015 р. обсяг капітальних інвестицій зріс утричі порівняно з 2010 р., а їхня частка становила 7,20% у сукупному обсязі капітальних інвестицій по економіці [4; 5]. Наслідком таких показників є введення в дію нових основних засобів у 2013 р. на 3 988 млн. грн., у 2014 р. – на 3 920 млн. грн., що пояснює зниження ступеня зносу основних засобів у 2014 р. на 7,5% (до 58,5%). За період 2013–2015 рр. параметри капітальних інвестицій зростали й за окремими регіонами. У 2015 р. показники капітальних інвестицій телекомунікаційних підприємств Дніпропетровської області

© Старинець О. Г., 2017

підвищилися на 56,2 млн. грн., Львівської – на 10,2, Полтавської – на 14,0, Сумської області – на 2,2 млн. грн. При цьому в 2015 р. найбільша їх частка спостерігалася у м. Київ (97,51%), Одеській (1,32%), Львівській (0,21%), Дніпропетровській (0,36%) та Полтавській (0,10%) областях [4; 5].

Зменшення чисельності абонентів зв'язку в 2014–2015 рр. відбулося за всіма категоріям абонентів зв'язку, крім мережі Інтернет, чисельність яких у 2015 р. підвищилася на 3,54% і сягнула 5 625,1 тис. абонентів [4; 5].

Щодо структури абонентів зв'язку, то варто відзначити, що за період 2009–2015 рр. у структурі абонентів переважають абоненти мобільного зв'язку (з 84,96% у 2009 р. до 87,41% у 2015 р.), а частка абонентів мережі Інтернет за цей самий період зросла з 5,86% до 8,64%, на відміну від абонентів кабельного телебачення, частка яких знизилася з 9,18% у 2010 р. до 3,96% у 2016 р. [4; 5].

Зміна абонентських пріоритетів зумовила відповідні зміни результативних показників телекомунікаційних підприємств. Так, у 2010–2015 рр. доходи від надання послуг зв'язку підвищувалися щорічно, крім 2014 р., у якому вони знизилися на 0,11%. Загалом доходи від надання послуг зв'язку збільшилися на 8 463,1 млн. грн. – з 47 432,7 млн. грн. у 2010 р. до 55 895,8 млн. грн. у 2015 р. У композиції доходів від надання послуг зв'язку превалюють доходи від телекомунікаційних послуг, які знаходяться у межах 90%, а частка доходів від послуг поштового зв'язку коливається у межах 6,02–6,13%. Таким чином, основними сегментами на ринку послуг зв'язку є мобільний, фіксований і комп'ютерний зв'язок, спільна частка яких у загальних доходах від надання послуг зв'язку знаходиться у межах 94,7% [4; 5].

Переважно в 2010–2013 рр. телекомунікаційні підприємства працювали прибутково, причому найбільшого зростання фінансові результати набули в 2013 р. – 141,87%, а чистий прибуток у 2013 р. – 180,76%. У 2014 р. фінансові результати до оподаткування і чистий прибуток (збиток) телекомунікаційних підприємств зазнали різкого зменшення – 225,50% та 351,06% відповідно, а в 2015 р. їх величина скоротилася, але все ж таки мала від'ємне значення: фінансові результати до оподаткування – 10 074,8 млн. грн., чистий прибуток (збиток) підприємств – 12 514,8 млн. грн. [4; 5].

Однак не всі телекомунікаційні підприємства працювали прибутково. Частка телекомунікаційних підприємств, які з 2010 по 2015 р. одержували прибуток, знизилася з 70,5% до 56,9% за одночасного зменшення абсолютного обсягу прибутку з 9 960,1 до 6 170,3 млн. грн., що підтверджує доцільність виявлення й оцінки ризиків у системі антикризового управління. Але частка підприємств, які зазнали збитку, зросла з 29,5% у 2010 р. до 43,1% у 2015 р. також за зменшення їх збитку з 22 474,9 до 4 088,5 млн. грн., або більше ніж у п'ять разів [4; 5].

Тренди показників чисельності зайнятих працівників у телекомунікаційних підприємствах підтверджують залучення додаткових працівників: у 2012 р. – 2,82%; у 2013 р. – 3,06%; у 2014 р. – 3,48% [4; 5].

Цікаво, що в 2012 р. на телекомунікаційних підприємствах було зайнято 78,28% загальної чисельності зайнятих працівників у сфері інформації та телекомунікацій, у 2013 р. – 73,19%, а в 2014 р. – 62,91%. Чисельність зайнятих і найманих працівників на телекомунікаційних підприємствах у 2010–2015 рр. щорічно знижувалася. Так, якщо у 2010 р. чисельність зайнятих працівників становила 233,5 тис. осіб, то в 2015 р. – 164,2 тис., тобто знизилася на 69,3 тис. осіб, або на 29,68%. Відповідно, проявилися низхідні тренди і найманих працівників, кількість яких зменшилася з 231,0 до 159,7 тис. осіб – на 71,3 тис. осіб, або на 30,87%. На тлі загального зниження кількості зайнятих працівників з 7 958,2 тис. у 2010 р. до 6 032,8 тис. осіб у 2015 р. частка зайнятих працівників на телекомунікаційних підприємствах залишається відносно стабільною: у 2010 р. – 2,93%; у 2011 р. – 2,97%; у 2012 р. – 2,86%; у 2013 р. – 2,94%; у 2014 р. – 3,06%; у 2015 р. – 2,72% [4; 5].

Водночас спостерігалося нарощення обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) телекомунікаційних підприємств – із 65 925,6 млн. грн. у 2010 р. до 99 949,8 млн. грн. у 2015 р., або щорічно в середньому на 108,85%. Також спостерігалося збільшення частки обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) малих телекомунікаційних підприємств: у 2010 р. – 20,33%, а в 2015 р. – 25,69% [4; 5].

Таким чином, виявлено такі тенденції розвитку телекомунікаційних підприємств:

– збільшення частки валового внутрішнього продукту, що формують телекомунікаційні підприємства, з 3,06% до 3,43%;

– щорічне зростання чисельності телекомунікаційних підприємств (на 31,07%), підвищення частки фізичних осіб – підприємців та загострення у зв'язку із цим конкурентної боротьби;

– збільшення частки телекомунікаційних підприємств у загальній чисельності вітчизняних підприємств із 3,48% до 3,97%;

– продовження процесу заміни послуг міжміського і міжнародного зв'язку послугами мобільного зв'язку та дзвінками через мережу Інтернет;

– зростання обсягів послуг доступу до Інтернету і програм цифрового телемовлення;

– розширення асортименту пакетних послуг і спеціальних тарифних планів з об'єднанням послуг голосової телефонії, доступу до Інтернету та телебачення, зокрема з організацією безлімітного доступу до популярних соціальних мереж та інформаційних ресурсів;

– використання телекомунікаційних мереж мобільного зв'язку (3G);

- підвищення клієнтського попиту на мультимедійні конвергентні телекомунікаційні пакетні послуги;

– розширення чисельності власників багатофункціонального термінального технологічного устаткування із бездротовим підключенням до мережі Інтернет;

– широке освоєння широкосмугового, високошвидкісного доступу до мережі Інтернет;

– помітне збільшення капітальних інвестицій (до 19 536,4 млн. грн.), що сприяло введенню в дію нових основних засобів і зниженню ступеня їх зносу;

– збільшення чисельності абонентів зв'язку на 64,43%, особливо для абонентів мобільного зв'язку (77,34%) та для мережі Інтернет (154,00%);

– щорічне нарощення доходів від надання послуг зв'язку – з 47 432,7 до 55 895,8 млн. грн.;

– у структурі доходів телекомунікаційних підприємств переважають доходи мобільного, фіксованого і комп'ютерного зв'язку, спільна частка яких у 2015 р. становила 94,70%;

– підвищення чисельності зайнятих працівників у телекомунікаційних підприємствах –

більше 3,00% від усього зайнятого населення, причому найбільша його частка працює у фізичних осіб – підприємців, а кількість зайнятих і найманих працівників на телекомунікаційних підприємствах у 2010–2015 рр. щорічно знижується (кількість зайнятих працівників – з 233,5 до 164,2 тис. осіб, кількість найманих працівників – з 231,0 до 159,7 тис. осіб);

– щорічне зростання обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) на 108,49% (до 34 024,2 млн. грн.);

– суттєве зростання чисельності клієнтів послуг між машинної взаємодії;

– частка телекомунікаційних підприємств, які щороку з 2010 по 2015 р. одержували прибуток, знизилася з 70,5% до 56,9% за одночасного зменшення абсолютного обсягу прибутку з 9 960,1 до 6 170,3 млн. грн.;

– зростання частки телекомунікаційних підприємств, які зазнали збитку, з 29,5% у 2010 р. до 43,1% у 2015 р. за одночасного зниження їх збитку з 22 474,9 до 4 088,5 млн. грн., або більше ніж у п'ять разів.

Водночас демасковано джерела та чинники виникнення кризових ситуацій телекомунікаційних підприємств [1]:

– неврегульованість проблем вільного доступу до складників телекомунікаційної інфраструктури;

– організаційні, технологічні й фінансові ускладнення використання телекомунікаційних мереж у зоні АТО та АР Крим;

– перекоси забезпечення клієнтів телекомунікаційними загальнодоступними послугами у сільській та гірській місцевостях;

– масові втручання зловмисників у роботу телекомунікаційних мереж;

– брак системності та координованості заходів щодо проектування, модернізації, використання загальних телекомунікаційних мереж;

– порушення майнових та інтелектуальних прав у зоні АТО та АР Крим;

– масові крадіжки та систематичні пошкодження загальних телекомунікаційних мереж;

– сучасний розвиток телекомунікаційних мереж істотно випереджає застарілі методи функціонування загальнодержавної системи оповіщення;

– неефективне управління телекомунікаційним устаткуванням та мережею загального користування;

– неврегульованість проблем щодо мережевої доступності під час надання послуг Інтернету.

Отже, виявлені тенденції та проблеми, які створюють перешкоди у функціонуванні телекомунікаційних підприємств, підтверджують доцільність упровадження антикризових інструментів управління. Також слід відзначити наявність суттєвої конкурентної боротьби серед телекомунікаційних підприємств. У разі ігнорування доцільності впровадження антикризових інструментів управління можуть проявитися негативні чинники щодо зниження рівня розвитку телекомунікаційних підприємств, що негативно позначиться на їх конкурентоспроможності й ефективності функціонування. Однак успіх упровадження антикризових інструментів управління залежить від ефективного управління ними на мікрорівні, тобто постає нагальна потреба в розробленні нових підходів до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств та визначення особливостей використання інструментів антикризового управління в сучасних умовах.

Ми провели комплексний аналіз діяльності телекомунікаційних підприємств для виявлення системних ризиків. Розрахунки засвідчують наявність кризових явищ у багатьох із них. Так, у 2014–2016 рр. коефіцієнт покриття має низхідний тренд, що є підтвердженням зниження здатності підприємств забезпечити свої короткострокові зобов'язання. Аналогічна ситуація склалася з платоспроможністю, ліквідністю та рентабельністю телекомунікаційних підприємств. Чистий оборотний капітал телекомунікаційних підприємств теж демонструє низхідний тренд. Телекомунікаційні підприємства в 2014–2016 рр. знизили платоспроможність, ліквідність та рентабельність порівняно з 2009–2013 рр.

З'ясовано, що основними причинами виникнення кризи на вітчизняних телекомунікаційних підприємствах є дефіцит капіталовкладень у технологічний розвиток, погіршення умов доступу до кредитування, високі відсоткові ставки, політична нестабільність тощо. Превентивні інструменти антикризового управління на телекомунікаційних підприємствах майже не використовуються, фактично діють лише інструменти антикризового управління щодо усунення негативних наслідків кризи.

З'ясовано, що відсутність інтегрованої системи врахування та оцінки ризиків більшості телекомунікаційних підприємств призвели до загострення кризового стану, який є свідченням високого ступеню ймовірності банкрутства. Розглянуто наявні методи діагностики банкрутства підприємств, які ґрунтуються на використанні моделей закордонних учених і вітчизняних нормативних регламентах. Здійснено оцінку вірогідності банкрутства окремих телекомунікаційних підприємств із використанням методичних рекомендацій закордонних учених. Здійснена оцінка переконує, що моделі Альтмана, Спрінгента, Таффлера і Тішоу, Сайфулліна-Каднкова, Лису, Конана і Гольдера, Вівера мають певні недоліки і неадаптовані до вітчизняних реалій телекомунікаційних підприємств.

Обґрунтовано, шо методичні рекомендації закордонних учених не надають однозначного уявлення про стан телекомунікаційних підприємств, вони на вітчизняних теренах цікаві у теоретичній площині і можуть бути лише додатковим засобом оцінки вірогідності банкрутства у системі антикризового управління телекомунікаційних підприємств. З'ясовано, що ознаки прихованого, фіктивного й умисного банкрутства на телекомунікаційних підприємствах відсутні. Фактично нині в Україні вагому частку серед економічних злочинів займають справи, пов'язані з банкрутством підприємств, розслідувати які складно, оскільки причини та наслідки неплатоспроможності за зовнішньої їх подібності відрізняються [6].

Водночас діяльність в умовах несприятливого ринкового середовища призводить до банкрутства окремих телекомунікаційних підприємств або їхньої тимчасової неплатоспроможності. Поява нових підприємств-банкрутів у телекомунікаційній сфері, як в Україні, так і в інших країнах, дає важливу інформативну базу для розроблення нових підходів до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств та визначення особливостей використання інструментів антикризового управління в сучасних умовах.

Традиційно прийнято виділяти такі зовнішні джерела кризового стану підприємства, як несприятлива економічна, соціальна, політична ситуація в державі й відповідні деформації кон-

курентного середовища, загострення конкуренції, формування нового нормативного ландшафту, що ускладнює діяльність телекомунікаційних підприємств, форс-мажорні події тощо. До внутрішніх джерел належать ухвалення керівниками хибних стратегічних пріоритетів чи тактичних управлінських заходів, ігнорування потреб модернізації та впровадження інновацій, недоліки в організації виробництва, недосконалість фінансової, кадрової, інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики. У кожному конкретному випадку можливе одночасне поєднання впливу декількох джерел, а іноді достатньо однієї помилки для стрімкого зростання загрози кризових явищ.

Результати оцінки ймовірності банкрутства та діагностики діяльності телекомунікаційних підприємств для визначення системних ризиків дають підстави стверджувати, що розроблення нових підходів до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств та визначення особливостей використання інструментів антикризового управління в сучасних умовах стануть рушійною силою для їх сталого розвитку.

Система антикризового управління телекомунікаційними підприємствами складається із взаємопов'язаних механізмів та інструментів, суб'єктів і об'єктів управління, взаємодія яких сприятиме своєчасній діагностиці кризового стану, визначенню системних ризиків діяльності, деформаційним коливанням, мобілізації зусиль, спрямованих на превентивні заходи або нейтралізацію руйнівних наслідків кризи [6]. Нові підходи до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств передбачають використання інструментів антикризового управління в сучасних умовах за певними етапами.

Першим етапом використання інструментів антикризового управління вважаємо підтримку стабільної безперервної діяльності телекомунікаційного підприємства, оскільки профілактика кризи є дієвим способом попередження банкрутства. На першому етапі доцільно здійснювати постійний моніторинг діяльності шляхом отримання впевненості в достовірності досліджуваної інформації, визначення ризиків, проведення експрес-діагностики ймовірності банкрутства та, за необхідності, розроблення та реалізації короткострокової програми стабілізації діяльності з використанням інструментів антикризового управління.

На другому етапі доцільно провести оцінку вірогідності банкрутства з використанням різних методик.

На третьому етапі доцільно ухвалювати та впроваджувати антикризові програми. Четвертий етап – посткризовий, на якому вивчаються доцільність та ефективність використання інструментів антикризового управління, що є каталізатором дієвості проведених заходів.

На телекомунікаційних підприємствах у 2019–2021 рр. передбачається підвищення рівня ентропії під впливом інфляційного ризику, у 2016 р. значення невизначеності діяльності малих та середніх телекомунікаційних підприємств знаходиться на середньому рівні, а великих телекомунікаційних підприємств – на низькому, що свідчить про необхідність застосування наступальної тактики: формування нових компетентностей, генерування конкурентних переваг та проведення внутрішнього маркетингу, активної збутової політики тощо.

З'ясовано, що наявним методичним рекомендаціям кількісної оцінки ризиків притаманні недоліки, які пов'язані із трудоємністю та складністю проведення розрахунків, тому доцільно використовувати неформалізований емпіричний підхід, який передбачає широке застосування експертних оцінок. Такий підхід дає змогу оцінити значущість загроз, які впливають на ризики функціонування, для їх подальшого врахування в системі антикризового управління телекомунікаційними підприємствами.

Для малих та середніх телекомунікаційних підприємств найбільш помітний вплив мають ризики операційної та фінансової діяльності (59% та 79% відповідно), а для великих телекомунікаційних підприємств найбільшу загрозу становить ризик інноваційної діяльності (67%).

Доцільно використовувати в антикризовому управлінні телекомунікаційних підприємств інструменти щодо підвищення довіри до системи внутрішнього управління та економічної інформації, якими є: оптимізація фінансової політики, широке використання сучасних інформаційних комунікацій та ланцюгів, проведення переоцінок активів, податкове прогнозування, аналіз змін наявної нормативної бази, регулярне проведення інвентаризацій, формування фінансових та матеріальних резервів для виконання різноманітних боргових зобов'язань, розроблення прогнозів та антикризових планів діяльності.

Нині недостатня увага приділяється проблемі розроблення антикризових програм та використання інструментів антикризового управління в телекомунікаційних підприємствах, які базуються на визначенні можливих ризиків, їх кількісної оцінки та обранні механізмів управління ними. Ранні ознаки змін та невизначеності діяльності підприємства є індикаторами майбутніх деформацій у внутрішньому та зовнішньому середовищі, а визначення мети, стратегії і тактики розвитку ґрунтується на інформації, що отримується під час моніторингу діяльності телекомунікаційного підприємства. Антикризова програма має враховувати загрози та можливості телекомунікаційного підприємства реагувати на них, формуючи при цьому наступальну (за низького та середнього рівнів ентропії) та захисну (за високого значення ентропії) тактики. Важливим є впровадження різноманітних інструментів антикризового управління у комплексі для забезпечення довготривалого ефекту.

Напрацювання сучасних зарубіжних та вітчизняних науковців [3; 7; 9; 10; 11] дають змогу виділити основні інструменти антикризового управління, впровадження яких у практику телекомунікаційних підприємств дасть змогу здійснити реальні позитивні зміни та забезпечити їх успішне функціонування.

Ефективними інструментами антикризового управління вважаються [10]: Balanced Scorecard (збалансована система показників); Decision Rights Tools (інструменти прав прийняття рішень); Scenario and Contingency Planning (сценарне та ймовірнісне планування); Benchmarking (бенчмаркінг); Downsizing (скорочення персоналу); Social Media Programs (соціальні медіапрограми); Big Data Analytics (аналітика великих даних); Employee Engagement Surveys (анкетування співробітників); Strategic Alliances (формування стратегічних альянсів та інтеграційних об'єднань); Business Process Reengineering (реінжиніринг бізнес-процесів); Mergers and Acquisitions (злиття

та поглинання); Strategic Planning (стратегічне планування); Change Management Programs (програма управління змінами); Mission and Vision Statements (агломерація образу майбутнього); Supply Chain Management (інтеграція ланцюжка постачання); Complexity Reduction (зниження складності); Open Innovation (відкриті інновації); Total Quality Management (тотальне управління якістю); Core Competencies (ключові компетенції); Outsourcing (аутсорсинг); Zero-based Budgeting (бюджет із «чистого аркуша»); Customer Relationship Management (управління взаємовідносинами з клієнтами); Price Optimization Models (моделі цінової оптимізації); Customer Segmentation (сегментація споживачів підприємства); Satisfaction and Loyalty Management (управління задоволенням та лояльністю).

Окремі дослідники [8] обґрунтовують необхідність використання трьох груп ключових антикризових інструментів, що визначені експертним шляхом: інноваційні, інвестиційні та маркетингові. Проведене дослідження щодо залежності використання кількості вищеозначених інструментів антикризового управління від розміру обороту телекомунікаційного підприємства засвідчило, що великі підприємства активно використовують більше різних інструментів антикризового управління, ніж середні та малі підприємства. Водночас спостерігаємо їх кількісне зменшення в 2016 р. порівняно з 2010 р., що пояснюється комбінованим використанням декількох інструментів антикризового управління одночасно та зростанням вимог до раціонального та ефективного використання інструментів антикризового управління.

Так, для великих телекомунікаційних підприємств звуження кількості інструментів антикризового управління відбулося з 16 у 2010 р. до дев'яти у 2016 р.; для середніх телекомунікаційних підприємств – із 13 у 2010 р. до семи в 2016 р., а для малих телекомунікаційних підприємств – з 11 у 2010 р. до п'яти в 2016 р.

Дослідження найбільш часто використовуваних інструментів антикризового управління на телекомунікаційних підприємствах засвідчило, що п'ять використовуються найчастіше, а саме: стратегічне планування (Strategic Planning), управління взаємовідносинами з клієнтами (Customer Relationship Management) та анкетування співробітників (Employee Engagement Surveys) у 43% підприємств; бенчмаркінг (Benchmarking) – у 40%; збалансована система показників (Balanced Scorecard) – у 38% телекомунікаційних підприємств.

Інші інструменти антикризового управління застосовуються телекомунікаційними підприємствами так: ключові компетенції – у 36% підприємств, аутсорсинг – у 36%, програма управління змінами – у 35%, інтеграція ланцюжка постачання – у 34%, агломерація образу майбутнього – у 23%, сегментація споживачів підприємства – у 30%, тотальне управління якістю – у 29%, управління задоволенням та лояльністю – у 27%, реінжиніринг бізнес-процесів – у 30%, стратегічні альянси – у 28%, аналітика великих даних – у 26%, відкриті інновації – у 20% телекомунікаційних підприємств.

Порівняльна оцінка інструментів антикризового управління та поширеності їх використання у телекомунікаційних підприємствах дає змогу зазначити, що всі вищезгадані інструменти є затребуваними сьогодні, кожний із цих інструментів є результативним за певних умов, має свою методологію, ефективність та напрям використання.

Висновки. Здійснено моніторинг стану та виявлено тенденції розвитку телекомунікаційних підприємств у кризових умовах сьогодення, демасковано джерела та чинники виникнення кризових ситуацій, розроблено нові підходи до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств та визначено особливості використання інструментів антикризового управління у сучасних умовах.

З'ясовано, що не всі телекомунікаційні підприємства працювали прибутково, що підтверджує доцільність виявлення й оцінки ризиків у системі антикризового управління. Розрахунки засвідчують наявність кризових явищ у багатьох із них. Так, у 2014–2016 рр. коефіцієнт покриття має низхідний тренд, що є підтвердженням зниження здатності підприємств забезпечити свої короткострокові зобов'язання. Аналогічна ситуація склалася з платоспроможністю, ліквідністю та рентабельністю телекомунікаційних підприємств. З'ясовано, що основними причинами виникнення кризи на вітчизняних телекомунікаційних підприємствах є дефіцит капіталовкладень у технологічний розвиток, погіршення умов доступу до кредитування, високі відсоткові ставки, політична нестабільність тощо. Превентивні інструменти антикризового управління на телекомунікаційних підприємствах майже не використовуються, фактично діють лише інструменти антикризового управління щодо усунення негативних наслідків кризи.

Нові підходи до окреслення шляхів вирішення проблемних аспектів розвитку телекомунікаційних підприємств передбачають використання інструментів антикризового управління у сучасних умовах за певними етапами. Першим етапом використання інструментів антикризового управління вважаємо підтримку стабільної безперервної діяльності телекомунікаційного підприємства, оскільки профілактика кризи є дієвим способом попередження банкрутства. На другому етапі доцільно провести оцінку вірогідності банкрутства з використанням різних методик. На третьому етапі доцільно ухвалювати та впроваджувати антикризові програми. Четвертий етап – посткризовий, на якому вивчається доцільність та ефективність використання інструментів антикризового управління, що є каталізатором дієвості проведених заходів.

Порівняльна оцінка інструментів антикризового управління та поширеності їх використання у телекомунікаційних підприємствах дає змогу зазначити, що всі вищезгадані інструменти є затребуваними сьогодні, кожний із цих інструментів є результативним за певних умов, має свою методологію, ефективність та напрям використання.

Список використаних джерел:
1. Байрамов С., Гудзь О.Є. Сутність та оцінка інноваційного потенціалу телекомунікаційних підприємств / С. Байрамов, О.Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2016. – № 3(16). – С. 8–12.
2. Гранатуров В.М. Управління послугами зв'язку / В.М. Гранатуров. – К. : Освіта України, 2010. – 279 с.
3. Должанський І.З. Стратегія управління діяльністю підприємства на основні збалансованої системи показників : [монографія] / І.З. Должанський, І.М. Ягнюк. – Донецьк : СПД Купріянов В.С., 2012. – 213 с.
4. Звіт про роботу Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nkrzi.gov.ua/images/upload/142/5369/rl65 dod 2017-03-24.pdf.
5. Звітний результат роботи галузі телекомунікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.stc.gov.ua/uk/publish/article/63905.
6. Калюжна Ю.В. Аналіз ризиків у системі антикризового управління підприємствами машинобудування / Ю.В. Калюжна // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 2(26). – С. 33–39.
7. Отенко І.П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства : наукове видання / І.П. Отенко, Л.М. Малярець, Г.А. Іваненко. – Харків : ХНЕУ, 2007. – 348 с.
8. Перерва П.Г. Антикризові інструменти сталого розвитку підприємства: інноваційна, інвестиційна та маркетингова політика / П.Г. Перерва, А.В. Косенко, О.П. Косенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2012_25/statti/16Pererv.pdf.
9. Сучасні концепції менеджменту : [навч. посіб.] / За ред. Л.І. Федулової. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
10. Garengo. P From ISO quality standards to an integrated management system: an implementation process in SME / P. Garengo, S. Biazzo // Total Quality Management & Business Excellence. – Abingdon: Taylor & Francis, 2013. – Vol. 24. – Issue 4. – P. 310–335.
11. Lee A.H. Developing new products in a network with efficiency and innovation / A.H. Lee, H.I. Chen, Y.H. Tong // International Journal of Production Research. – Abingdon: Taylor & Francis, 2008. – Vol. 46. – Issue 17. – P. 4687–4707.
12. Terry R. Bacon What People Want: A Manager's Guide to Building Relationships That Work / Terry R. Bacon. – 2006. – 264 p.

Старинец А. Г.
Государственный университет телекоммуникаций

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме
Осуществлен мониторинг состояния и выявлены тенденции развития телекоммуникационных предприятий в кризисных условиях нынешнего времени, демаскированы источники и факторы возникновения кризисных ситуаций. Разработаны новые подходы к очерчиванию путей решения проблемных аспектов развития телекоммуникационных предприятий и определены особенности использования инструментов антикризисного управления в современных условиях.
Ключевые слова: антикризисное управление, телекоммуникационные предприятия, инструменты антикризисного управления.

Starynec O. G.
State University of Telecommunications

THE STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES IN CRISIS TERMS

Summary
Monitoring of the state is carried out and trends of development of telecommunication enterprises are educed in the crisis terms of present time, sources and factors of origin of crisis situations are unmasked, the new ways to the lineation of ways of decision of problem aspects of development of telecommunication enterprises and the features of using of instruments of unticrisis management in modern terms are certain.
Key words: unticrisis management, telecommunication enterprises, instruments of unticrisis management.

УДК 338.43:339.564

Стукан Т. М.
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Проаналізовано сучасний стан зовнішньої торгівлі за основними групами сільськогосподарських товарів в умовах євроінтеграції. Досліджено питання виробництва та експортного потенціалу продукції аграрних підприємств. Наведено результати дослідження обсягів використаних експортних квот Європейського Союзу.
Ключові слова: експортний потенціал, євроінтеграція, зовнішня торгівля, аграрні підприємства, торговельні партнери.

Постановка проблеми. Сьогодні євроінтеграційні процеси, які відбуваються в країні, є одним із визначних факторів, що спонукають сільськогосподарських товаровиробників до нарощення експортного потенціалу продукції та виходу на європейський зовнішній ринок. Досвід більшості країн світу свідчить про те, що інтенсивний, динамічний розвиток аграрного сектору залежить від здійснення ефективної експортної політики як на мікро-, так і на макрорівні, тому вивчення, аналіз та оцінка сучасного стану зовнішньоекономічного потенціалу агроформувань України на шляху входження до європейського ринку є надзвичайно важливим і потребує більш детального дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення питання зовнішньоекономічного потенціалу підприємств аграрного сектору економіки України зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: В.В. Коломієць, О.М. Кириченко, Л.І. Мельник, В.С. Піддубна, Н.М. Тюріна, С.В. Фомішин. Ними було досліджено вплив факторів на формування економічного потенціалу агроформувань, обґрунтовано специфіку його формування та управління ним у змінних ринкових умовах. Але, зважаючи на постійні динамічні процеси в економіці, мінливі умови функціонування суб'єктів аграрного сектору, питання аналізу, оцінки експортного потенціалу вимагає більш розгорнутого та детального вивчення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У науковій літературі недостатньо обґрунтовано наведена оцінка та здійснено аналіз виробничого потенціалу підприємств аграрного сектору щодо їх перспектив виходу на ринки країн Європейського Союзу.

Мета статті полягає в аналізі, оцінці та окресленні перспектив підвищення експортного потенціалу вітчизняних аграрних підприємств в умовах посилення євроінтеграційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині експортний потенціал підприємства відіграє важливу роль для збільшення потужностей аграрного сектору економіки України. Він є складником ефективної діяльності суб'єкта господарювання та основою для налагодження зовнішньоторговельних відносин на зовнішньому ринку. Експортний потенціал – складник, який допомагає аграрним підприємствам конкурувати зі світовими товаровиробниками і займати їх ринкову нішу. Експорт є особливою діяльністю агроформувань та вимагає іншої стратегії порівняно з продажом продукції на внутрішньому ринку. Для цього аграрним підприємствам слід провести зміни в товарному асортименті на відповідність якості щодо європейських стандартів сертифікації; залучити інвестиційні потоки в сільське господарство; вивчити ринкове середовище, в якому планується розпочати роботу; подолати бар'єр довіри до продукції та торговельної марки.

Глобалізація економіки України зумовила значне зростання обсягів торгівлі сільськогосподарською продукцією. Стосовно виробництва основних видів продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами у 2015 р. воно становило 60 126,0 тис. т, або 48,49% загального обсягу виробленої продукції рослинництва (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво основних видів продукції рослинництва сільськогосподарськими підприємствами в 2015 р.

Продукція	Валовий збір, тис. т	2015 р. до 2014 р.		у % до загального обсягу
		+, –	у %	
Зернові та зернобобові культури – всього,	60126,0	-3733,0	94,2	48,49
у т. ч.: пшениця	26532,0	2418,0	110,0	21,40
ячмінь	8288,0	-758,0	91,6	6,68
кукурудза на зерно	23328,0	-5169,0	81,9	18,81
Цукрові буряки	10331,0	-5403,0	65,7	8,33
Соя	3931,0	49,0	101,3	3,17
Ріпак	1738,0	-460,0	79,1	1,40
Соняшник	11181,0	1047,0	110,3	9,02
Картопля	20839,0	-2854,0	88,0	16,81
Овочі	9214,0	-424,0	95,6	7,43
Плоди та ягоди	2153,0	154,0	107,7	1,74
Виноград	386,0	-50,0	88,5	0,31

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Дані табл. 1 показують, що в 2015 р. порівняно з 2014 р. сільськогосподарські підприємства наростили обсяги виробництва пшениці на 2 418,0 тис. т (10,0%), сої – на 49,0 тис. т (1,3%), соняшнику – на 1 047,0 тис. т (10,3%), плодів та ягід – на 154,0 тис. т (7,7%). Аналіз даних демонструє скорочення обсягів виробництва ячменю (на 8,4%), кукурудзи на зерно (на 18,1%), цукрових буряків (на 34,3%), ріпаку (на 20,9%), картоплі (на 12,0%), овочів (на 4,4%) і винограду (на 11,5%). Основними причинами зменшення валового збору сільськогосподарських культур є зменшення врожайності з 1 га та скорочення площ збирання.

Для того щоб оцінити стан зовнішньої торгівлі аграрних підприємств на ринку країн Європейського Союзу, спочатку проаналізуємо

© Стукан Т. М., 2017

зовнішню торгівлю товарами України та ЄС. Згідно з наведеними в табл. 2 даними, у січні-червні 2016 р. загальний обсяг торгівлі товарами між Україною та Європейським Союзом становив 14 188,404 млн. дол. США, що на 4,6% більше за цей показник за період січня-червня 2015 р.

Таблиця 2

Зовнішня торгівля товарами України та країн Європейського Союзу

Показник	Січень-червень 2015 р.	Січень-червень 2016 р.	Січень-червень 2016 р., %
Зовнішній товарообіг, млн. дол. США	13569,58	14188,40	104,6%
Експорт з України, млн. дол. США	6104,78	6516,85	106,7%
Імпорт до України, млн. дол. США	7464,79	7671,55	102,8%
Сальдо для України, млн. дол. США	-1360,01	-1154,70	84,9%

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Проаналізовані дані табл. 2 свідчать, що обсяг експорту товарів до країн ЄС у січні-червні 2016 р. становив 6 516,85 млн. дол. США, що на 6,7 % більше за обсяги експорту за аналогічний період 2015 р. Імпорт товарів із країн ЄС становив 7 671,55 млн. дол. США, що на 2,8% більше за цей показник за період січня-червня 2015 р. Таким чином, спостерігається тенденція до поступового збільшення двосторонньої торгівлі між Україною та ЄС. При цьому у січні-червні 2016 р. зберігається негативне сальдо торгівлі товарами на користь ЄС, водночас воно знизилося порівняно з аналогічним періодом 2015 р. на 15,1%.

З табл. 3 та рис. 1 можна дослідити динаміку зовнішньої торгівлі України з країнами ЄС за 2013–2015 рр.

Успішним для підприємств України в плані закріплення на зовнішніх ринках став 2014 р. Про це свідчить той факт, що вітчизняні товари та послуги почали активно купувати європейські країни, які ще п'ять років тому піддавали сумніву якість продукції, яка виробляється на підприємствах України. Так, експорт у 2014 р. збільшився на 4 в. п. порівняно з 2013 р., чого ми не можемо сказати про 2015 р., де спостерігається зменшення експорту та імпорту приблизно на 25 і 5 в. п. відповідно [1].

Таблиця 3

Динаміка та структура зовнішньої торгівлі України товарами та послугами з країнами Європейського Союзу

Показники	Роки			2015 р. у % до 2014 р.
	2013	2014	2015	
Експорт, млн дол. США	20159	20383	15339,5	75,26
Імпорт, млн дол. США	30969,6	24207,6	18075,9	74,67
Сальдо	-10811	-3824,6	-2736,4	71,55
Коефіцієнт покриття експортом імпорту	0,65	0,84	0,85	101,19
Питома вага в загальному обсязі, %				
Експорт	26,9	31,8	32,8	103,14
Імпорт	37,2	39,8	42,1	105,78

Джерело: сформовано автором на основі [4]

За звітний період 2013–2015 рр. негативне сальдо торгівлі товарами та послугами зберігається. Сальдо зовнішньої торгівлі має тенденцію до зниження, у 2015 р. порівняно з 2013 р. показник зменшився на 73,2%, це відбулося за рахунок скорочення експорту на 23,9% та імпорту – на 41,6%. Натомість на сьогодні Європейський Союз залишається одним з основних торговельних партнерів для України.

Рис. 1. Зовнішня торгівля України з країнами ЄС

Джерело: сформовано автором на основі [2]

З наведеного на рис. 1 видно, що за 2015 р. експорт українських товарів до країн ЄС становив 15 339,5 млн. дол. США і зменшився порівняно з 2014 р. на 24,7% (на 5 043,5 млн. дол.), імпорт – 18 075,9 млн. дол. та зменшився на 25,3% (на 6 131,7 млн. дол.). На формування негативного сальдо вплинули окремі товарні групи: палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки (3 043,9 млн. дол.), механічні машини (1 206,8 млн. дол.), пластмаси, полімерні матеріали (1 008,4 млн. дол.).

Натомість обсяг експорту товарів серед найбільших країн-партнерів зменшився у 2015 р. проти 2014 р.: до Польщі – на 25,2%, Італії – на 19,8%, Нідерландів – на 18,1%, Німеччини – на 16,5%, Іспанії – на 10,5%. За підсумками 2015 р. найбільші поставки товарів до країн ЄС у відсотках до загального обсягу регіону здійснювали: Закарпатська – 90,0%, Волинська – 72,2%, Львівська – 71,9%, Тернопільська – 71,4%, Рівненська – 62,5% та Івано-Франківська – 58,3% області [11].

Найвагоміші обсяги імпорту з країн ЄС становили мінеральні продукти – 22,7% від загального обсягу імпорту, механічні та електричні машини – 17,4%, продукція хімічної промисловості – 17,2%, товари АПК та харчової промисловості – 9,8%. Найбільше товарів із країн ЄС у відсотках до загального обсягу регіону надходило до Волинської – 85,9%, Тернопільської – 81,0%, Івано-Франківської – 69,2%, Львівської – 68,5%, Закарпатської – 59,6%, Рівненської – 58,7%, Чернівецької – 56,8%, Житомирської та Хмельницької – по 55,7% областей.

Євросоюз є найбільшим торговельним партнером України за 2015 р., про це свідчать дані рис. 2.

Виходячи з рис. 2, найбільша частка в українському експорті припадає на країни ЄС і становить 34%, імпорт – 4%. Друге місце в зовнішньоторговельному обороті за Росією, де частка експорту близько 13%, імпорту – 20%. Трете місце по експорту посідає Туреччина – 7% і по імпорту Китай – 10%.

До основних товарів, що експортуються з України до країн ЄС, належать чорний метал, залізна руда, електричні машини та зернові культури. Основна категорія товарів, що імпортуються з ЄС до України, представлена транспортним обладнанням, хімічними речовинами, текстилем та одягом, а також сільськогосподарською продукцією.

Рис. 2. Основні торговельні партнери України, 2015 р.

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Поступово у світовому експорті частка продукції аграрного сектора зростає, а вітчизняний продовольчий ринок усе більше адаптується до вимог і кон'юнктури європейського ринку. Сьогодні аграрна галузь є стратегічною для України. Нині агропромисловий комплекс країни є одним із ключових секторів економіки: він формує 24% випуску продукції та 18% ВВП країни; продукція АПК становить 38,2% товарного експорту (у 2015 р. – 14,6 млрд. дол.), при цьому на країни Азії припадає 47,2% експорту вітчизняної агропромислової продукції, на країни ЄС – 27,9%; з виробництва зернових культур та соняшникової олії Україна сьогодні входить до сімки світових лідерів; сільське господарство є найбільш стабільно працюючим сектором економіки.

З початку 2016/2017 маркетингового року підприємствами України експортовано 23 072 тис. т зерна, що на 1 448 тис. т більше від показників 2015/2016 маркетингового року. Експортовано кукурудзи на зерно – 29,1 млн. т, пшениці – 28,8 млн. т, ячменю – 10,1 млн. т, жита – 0,45 млн. т, гречки – 0,197 млн. т, інші – 3 млн. т [5]. Сільськогосподарське виробництво в останні 10 років переважно демонструвало позитивну щорічну динаміку за винятком деяких років, коли переважали негативні фактори впливу природно-кліматичних умов (табл. 4).

Проаналізувавши дані табл. 4, можемо побачити, що загальний експорт продукції у 2015 р. порівняно з початком аналізованого періоду скоротився на 44,2% і становив 38 134,8 млн. дол., у 2015 р. порівняно з 2014 р. скорочення відбулося на 29,3 в. п. Така ситуація спричинена зменшенням валового збору продукції та невідповідністю товару, який експортується, європейським стандартам. Найбільший обсяг експорту за період 2011–2015 рр. припадає на продукцію рослинництва – це більше половини експорту сільськогосподарської продукції. Саме по цій групі товарів формується основна частина експорту всієї агропродовольчої продукції: за даними 2015 р., це 7 972,2 млн. дол., де зернові культури становлять третину загального експорту.

Європейський Союз є другим за величиною торговельним партнером України в галузі сільського господарства. У регіональній структурі аграрної торгівлі частка країн ЄС становить майже 32% [10]. Укладена угода про вільну торгівлю надає нові можливості для спільних інвестиційних проектів. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, більше ніж 78% від іноземних інвестицій надходить до українського аграрного сектору з країн ЄС. Стан зовнішньоторговельної діяльності між країнами ЄС та Україною за основними групами сільськогосподарських товарів наведено в табл. 5.

Дані табл. 5 показують, що протягом січня-червня 2016 р. спостерігалося зростання експорту на ринок Європейського Союзу по таких окремих категоріях товарів, як риба і ракоподібні – на 26,4%; молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед – на 56,1%; овочі – 31,8%; кава, чай – на 29,0%; продукція борошномельно-круп'яної промисловості – на 63,6%; жири та олії тваринного або рослинного походження – на 200,7%; продукти з м'яса, риби – на 193,9%. Однак за аналізований період спостерігається скорочення експорту по окремій групі сільськогосподарських товарів: живі тварини – на 25,4%; їстівні плоди та горіхи – на 36,1%; насіння і плоди олійних рослин – на 18%; рослинні матеріали – на 47,7%. Щодо імпортних поставок, то перевищення показників порівняно з аналогічним періодом 2014 р. спостерігається по такій групі товарів, як риба та ракоподібні – на 53,3%; насіння і плоди олійних рослин – 39,7%; жири та олії тваринного або рослинного походження – 25,2% [7].

Україна вже не один рік поспіль має високоорієнтований виробничий потенціал у плані експорту аграрної продукції до країн ЄС. Цьому посприяла Угода про асоціацію, яка набула чинності для країн-партнерів з 1 січня 2016 р. За даною Угодою Європейський Союз надає на сільськогосподарську групу товарів України певний обсяг (квоту), яка не оподатковується.

Так, у 2016 р. за традиційними видами аграрної продукції Україна практично використала квоти ще в першому кварталі, а за іншими – не здійснює поставок або здійснює в невеликих обсягах (табл. 6). Дані табл. 6 приводять до висновку, що квота по агропродовольчій групі товарі, що надає Європейський Союз по кожній групі товарів, станом на другий квартал 2016 р. використана майже на 100%, що свідчить про те, що економіка України відносно відкрита. Збільшення експортної квоти по сільськогосподарській продукції свідчить як про поступово зростаючу участь країни у міжнародному поділі праці, так і про зростання конкурентоспроможності виробленої нею продукції. Тобто активність України в міжнародному просторі щодо експорту агарної продукції висока і з кожним роком має тенденції до нарощення обсягів експортних поставок.

Таблиця 4

Експорт основних видів сільськогосподарської продукції за 2011–2015 рр., млн. дол. США

Продукція	Роки					2015 р. у % до	
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2014
Всього експорт	68394,2	68809,8	63312,0	53913,5	38134,8	55,8	70,7
Рослинництво, у тому числі:	5531,9	9213,9	8875,9	8736,2	7972,2	144,1	91,3
– зернові культури	3617,1	6999,9	6371,3	6544,1	6057,9	167,5	92,6
– насіння олійних культур	1434,8	1753,9	2048,1	1687,7	1475,4	102,8	87,4
– овочі	132,9	138,5	112,7	129,9	97,2	73,1	74,8
Тваринництво, у тому числі:	936,6	961,3	1084,1	1014,6	823,5	87,9	81,2
– живі тварини	9,8	7,7	13,0	14,5	25,6	261,2	176,6
– м'ясо на субпродукти	197,9	315,9	348,6	381,8	377,7	190,9	98,9
– молоко та молочні продукти	703,8	612,4	691,7	575,5	386,5	54,9	67,2

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Таблиця 5

Зовнішня торгівля України та ЄС за основними сільськогосподарськими групами товарів

Найменування групи товарів	Експорт до ЄС (у млн. дол. США)			Імпорт в Україну (у млн. дол. США)		
	Січень-червень 2015 р.	Січень-червень 2016 р.	2016 р. до 2015 р., %	Січень-червень 2015 р.	Січень-червень 2016р.	2016 р. до 2015 р., %
Всього	6104,78	6516,85	106,7	7464,79	7671,55	102,8
I. Живі тварини; продукти тваринного походження:	54,68	70,28	128,5	126,22	134,55	106,6
живі тварини	0,085	0,064	74,6	28,30	31,62	111,7
м'ясо та їстівні субпродукти	27,37	30,19	110,3	38,98	34,99	89,8
риба і ракоподібні	3,25	4,10	126,4	23,75	36,40	153,3
молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	21,52	33,59	156,1	33,06	29,64	89,6
II. Продукти рослинного походження	933,80	921,69	98,7	273,56	260,90	95,4
живі дерева та інші рослини	0,64	0,72	113,3	9,02	11,168	123,8
овочі	4,92	6,49	131,8	14,35	17,16	119,6
їстівні плоди та горіхи	41,03	26,24	63,9	59,64	37,77	63,3
кава, чай	1,07	1,38	129, 0	29,23	27,03	92,5
зернові культури	728,59	761,17	104,5	98,95	84,02	84,9
насіння і плоди олійних рослин	121,46	99,56	82	53,31	74,47	139,7
шелак природний	0,15	0,16	105,4	6,62	6,08	91,8
рослинні матеріали для виготовлення	29,49	15,41	52,3	0,005	0,020	408,3
III. Жири та олії	240,98	724,71	300,7	20,36	25,49	125,2
IV. Готові харчові продукти	387,54	337,84	87,2	366,079	426,262	116,4
V. Мінеральні продукти	749,32	626,69	83,6	1920,92	894,73	46,6

Джерело: сформовано автором на основі [5]

Таблиця 6

Обсяг використаних експортних квот Європейського Союзу станом на 1 квітня 2016 р.

Назва продукції	Харчові продукти	Пшениця	Кукурудза	Ячмінь	Цукор	Висівки	Виноградний і яблучний соки	Оброблені томати	Крохмаль	Солод	Ячмінна крупа	Мед	Овес
Обсяг квоти, тис. т	2,0	950,0	400,0	250,0	20,1	17,0	10,0	10,0	10,0	7,0	6,3	5,0	4,0
Використано, %	7,0	98,0	100,0	90,0	100,0	78,0	100,0	100,0	6,0	8,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: сформовано автором за даними http://www.segodnya.ua/

Висновки. Динамічний розвиток євроінтеграційних процесів, зміна соціально-економічних та політичних відносин між країнами-сусідами призводять до зростання ролі експортного потенціалу аграрного підприємства в економіці України. Нині агроформування вже виходять на новий рівень розвитку і стають не тільки активними учасниками на внутрішньому ринку аграрної продукції, а й повноцінними гравцями на зовнішньому ринку. Це зумовлено підвищенням зовнішньоторговельного обороту за основними сільськогосподарськими групами товарів. Так, загальний експорт сільськогосподарської продукції становив у 2016 р. 6 516,85 млн. дол. США, імпорт – 7 671,55 млн. дол. США, як бачимо, спостерігається негативне сальдо. Причиною цього є те, що аграрні підприємства за деякими позиціями аграрної продукції не можуть задовольнити власні потреби і компенсують їх необхідність за рахунок імпортних поставок.

Подальший розвиток експортного потенціалу аграрних підприємств України в умовах євроінтеграції можливий за рахунок диверсифікації асортименту сільськогосподарської продукції, вдоско-

налення системи збутових каналів, інтенсивного освоєння нових та збереження наявних ринків збуту. Також одним із важливих кроків для входження сільськогосподарських товаровиробників на міжнародну арену є створення спільних підприємств для виробництва та переробки конкурентоспроможної продукції з подальшою її реалізацією на ринках країн-партнерів. Завдяки цьому вони мають змогу вивчати досвід зарубіжного управління, впроваджувати сучасні технології та сприяють виходу аграрної продукції на внутрішній ринок країни-партнера.

Отже, здійснюючи формування і реалізацію власного експортного потенціалу, аграрні підприємства отримують: рівний доступ на загальний аграрний ринок; забезпечення справедливої конкуренції між господарюючими суб'єктами країн; уніфікацію вимог, пов'язаних із реалізацією продукції; наявність захисту інтересів виробників на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Ганза І.В. Експортний потенціал вітчизняних підприємств АПК в дискурсі інтеграції до європейського ринку / І.В. Ганза // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015.– № 5.– С. 116–121.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.
3. Лаврів І.М. Методика дослідження експортного потенціалу аграрних підприємств / І.М. Лаврів // Економіка і організація управління. – 2016. – № 4(24). – С. 288–294.
4. Матвєєв В.В. Експортний потенціал підприємства: суть і особливості формування / В.В. Матвєєв, І.К. Ярмоленко // Ефективна економіка. – 2015. – № 1. – С. 38–44 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka. com.ua/?op=1&z=3739.
5. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minagro.gov.ua/.
6. Мірошниченко О. Базовий посібник з інтернаціоналізації бізнесу і виходу на ринки Європейського Союзу / О. Мірошниченко. – Київ : ФОП Клименко Ю.Я., 2014. – 184 с. – ISBN 978-966-2717-07-5.
7. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/.
8. Пісоченко Т.С. Теоретичні аспекти формування експортного потенціалу аграрних підприємств / Т.С. Пісоченко // Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія» : збірник наукових праць ЛНТУ. – 2011. – № 8(32). – С. 123–129.
9. Рослинництво в Україні 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/.
10. Сахацький М. Інструменти державної підтримки експортного потенціалу аграрних підприємств України / М. Сахацький, І. Ксьонжик // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 2. – С. 29–36 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_7.
11. Сахацький М.П. Експортна діяльність аграрних підприємств України: тенденції, специфіка, формування потенціалу / М.П. Сахацький, І.В. Ксьонжик // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2015. – № 4(87). – С. 3–12.
12. Смачило В.В. Дослідження експортного потенціалу України / В.В. Смачило, Н.С. Христосова // Молодий вчений. – 2015. – № 11(26). – С. 113–116.
13. The World Bank [Electronic Resource]. – Mode of access : http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?Code=NY.GDP.MKTP.CD&id=af3ce82b&report_name=Popular_indicators&populartype=series&ispopular=y.
14. World Integrated Trade Solution (WITS) [Electronic Resource]. – Mode of access : http://www.wits.worldbank.org.
15. WTO Statistical Database [Electronic Resource]. – Mode of access : http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramHome.aspx?Language=E.

Стукан Т. М.
ГВУЗ «Херсонский государственный аграрный университет»

ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Резюме
Проанализировано современное состояние внешней торговли по основным группам сельскохозяйственных товаров в условиях евроинтеграции. Исследован вопрос производства и экспортного потенциала продукции аграрных предприятий. Приведены результаты исследования объемов использованных экспортных квот Европейского Союза.
Ключевые слова: экспортный потенциал, евроинтеграция, внешняя торговля, аграрные предприятия, торговые партнеры.

Stukan T. M.
SHEI «Kherson State Agrarian University»

EXPORT POTENTIAL AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF THE EURO INTEGRATION PROCESSES

Summary
The current state of foreign trade in the main groups of agricultural commodities under conditions of European integration was analyzed. The issue of production and export potential of agrarian enterprises has been studied. The resulted results of research of volumes of used export quotas of the European Union.
Key words: export potential, eurointegration, foreign trade, agrarian enterprises, trading partners.

УДК 339.138:338.14

Трішкіна Н. І.
Хмельницький торговельно-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету

МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАТОРИ В СИСТЕМІ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ЛАНЦЮГА

Досліджено теоретичні і практичні питання маркетинг-логістичних операторів у системі виробничо-торговельного ланцюга. Охарактеризовано сучасні види маркетинг-логістичних операторів. Запропоновано шляхи вдосконалення діяльності маркетинг-логістичних операторів у системі виробничо-торговельного ланцюга.
Ключові слова: виробництво, компанія, логістика, маркетинг, оператор, споживач, торгівля.

Постановка проблеми. Становлення та вдосконалення сфери товарного обігу є об'єктивною передумовою стабільного і динамічного соціально-економічного розвитку країни. Виробничо-торговельна діяльність із кожним роком набуває все більших темпів розвитку. Великі вітчизняні виробничі підприємства мають власні логістичні центри, однак середні і малі виробничі підприємства користуються послугами маркетинг-логістичних компаній. Маркетинг-логістичні оператори повинні бути активними, економічно вигідними комерційними посередниками як для товаровиробників, так і роздрібних торговців, забезпечувати баланс інтересів учасників ринку та створювати систему товароруху, орієнтовану на максимальне задоволення потреб кінцевих споживачів.

У зв'язку із цим тема, яку розглядаємо, є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми діяльності підприємств на основі застосування концепцій маркетингу та логістики знайшли своє відображення в роботах зарубіжних і вітчизняних науковців: Г. Армстронга, А.Я. Баскакова, І.О. Бланка, Г. Болта, А.В. Войчака, В.А. Гречишникова, А.Ф. Гумерова, В. Даненбурга, П. Дойля, Д.Є. Жаріна, Т.О. Колодизєвої, Ф. Котлера, А.А. Мазаракі, Р. Монкрифа, А.Ф. Павленка, М. Портера, О.О. Селезньова. А.Г. Схіртладзе, К.М. Танькова, О.М. Тридід, Н.В. Туленкова, С.Ю. Юрасова та ін. Проте наукові праці про маркетинг-логістичних операторів у системі виробничо-торговельного ланцюга практично відсутні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Рівень теоретичної розробленості цієї важливої теми, яка б ураховувала особливості економіки України і специфіку такої сфери діяльності, як торговельне посередництво, ще недостатній. Практика показує, що потрібні глибокі наукові дослідження з питань оцінки економічної діяльності маркетинг-логістичних операторів у сучасних умовах господарювання. Усе це визначає актуальність, а отже, й об'єктивну необхідність подальшого розвитку теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо шляхів удосконалення діяльності маркетинг-логістичних операторів на споживчому ринку в системі виробничо-торговельного ланцюга.

Мета статті полягає у теоретичному та практичному представленні маркетинг-логістичних операторів, які працюють на ринку України, розробленні принципів та шляхів удосконалення їх діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що система – це безліч взаємопов'язаних елементів, які функціонують для досягнення загальної мети.

Система виробничо-торговельного ланцюга також складається з конкретних елементів, а саме: виробничого підприємства, маркетинг-логістичного центру, посередників, торговельних підприємств.

Дослідження виявили, що основними компаніями, які надають логістичні послуги в Україні, є:

– логістичний оператор «Українські вантажні кур'єри»;
– логістична контора «Комора – С/САВ-сервіс»;
– логістична компанія «Ост-Вест-Експрес»;
– логістична компанія «Укртранс»;
– логістична компанія «Центр транспортної логістики»;
– логістична компанія «Ексім Лоджистік Україна».

Виникає питання: у чому різниця логістичних операторів, логістичних контор та логістичних компаній?

Логістичний оператор надає комплексні логістичні послуги, а саме автомобільне перевезення та складська логістика.

Логістична контора – адміністративний відділ підприємства, закладу, установи або окрема установа, яка надає послуги з перевезення вантажів. За академічним тлумачним словником української мови «контора» – це адміністративно-канцелярський відділ підприємства, закладу, установи або окрема установа з господарськими, фінансовими та іншими функціями.

Логістична компанія – це підприємство, що надає послуги з транспортування, обробки та зберігання вантажів, сприяючи своїм клієнтам у процесі просування товарів від виробника до споживача. Деяка спеціальна література стверджує, що логістичні компанії надають лише складські чи лише транспортні послуги. На нашу думку, це невірне трактування визначення «логістична компанія».

Логістична компанія може надавати послуги:

– обробки вантажів (формування партій товару, навантаження, вивантаження, сортування, фасування, упаковка, маркування і т. д.);
– перевезення вантажів на будь-які відстані, у будь-які країни різними видами транспорту;
– відповідального збереження товарів на власному складі;
– консигнації – продаж товарів на особливих комісійних засадах. Відрізняється від звичайного комісійного продажу тим, що консигнації власник товару зазвичай указує ціну, яку він бажає виручити за товар, але комісіонер (консигнатор) має право продати його і на свій розсуд оплачувати свою комітенту зазначену останньою ціною;
– митного оформлення вантажів;
– дистрибуції товарів;
– страхування вантажу у страхових компаніях і багато іншого.

© Трішкіна Н. І., 2017

Такі компанії можуть надавати окремі види послуг, такі як доставка вантажів, або повний комплекс послуг починаючи від одержання товарів у виробника і закінчуючи постачанням їх кінцевому споживачеві, включаючи оформлення всіх необхідних документів для проведення логістичних операцій.

Аналіз спеціальної літератури виявив, що в текстах зустрічаються поняття «логістичний оператор» та «логістичний провайдер».

Логістичний оператор характеризується тим, що основними видами його діяльності є автомобільні перевезення та складська логістика.

Логістичний провайдер – це компанія, яка виконує частину або весь комплекс логістики для свого клієнта. Послуги логістичних провайдерів спрямовані на загальне управління транспортуванням і зберіганням вантажів. Галузь роботи логістичних провайдерів називають контрактною логістикою.

У міжнародній логістичній термінології прийнятті такі позначення компаній, що здійснюють сервіс для виробників, постачальників і продавців товарів: 1LP, 2LP, 3LP, 4LP. При цьому LP (party logistics) перекладається дослівно як «сторона логістики».

1LP – характеризує автономну логістику, де всі операції виконує власник вантажу;

2LP – передбачає, що компанія надає транспортні послуги з транспортування та управління складськими приміщеннями;

3LP – характеризується тим, що до переліку послуг такого оператора входять складування та додаткові послуги, а також використання субпідрядників;

4LP – характеризується інтеграцією всіх компаній, які задіяні в ланцюзі постачання вантажів. Такий провайдер вирішує завдання, що пов'язані з плануванням, управлінням і контролем усіх логістичних процесів компаній-клієнтів з урахуванням довготермінових стратегічних цілей;

5LP – система, яка являє собою Інтернет-логістику – це планування, підготовка, управління і контроль над усіма складниками єдиного ланцюга транспортування вантажів за допомогою електронних засобів інформації.

У виробничо-торговельному ланцюжку виділяють маркрологістичну та мікрологістичну системи.

Мікрологістична система охоплює внутрішньовиробничу логістичну сферу одного підприємства або групи підприємств, об'єднаних на корпоративних засадах. До мікрологістичної системи належать технологічно пов'язані виробництва, об'єднані єдиною інфраструктурою, які працюють на єдиний економічний результат. Мікрологістичну систему підприємства можна подати у вигляді основних підсистем: закупівлі, виробництва і збуту.

Закупівля – підсистема, яка забезпечує надходження матеріального потоку в логістичну систему.

Планування та управління виробництвом – це підсистема, що приймає матеріальний потік від підсистеми закупівель та управляє ним у процесі виконання різних технологічних операцій, які перетворюють предмет праці у продукт праці.

Збут – підсистема, яка забезпечує вибуття матеріального потоку з логістичної системи [1, с. 43].

Процес планування маркетинг-логістичного проекту передбачає:

– визначення мети та обмежень;
– розроблення стандартів оцінки результатів;
– вибір техніки аналізу;
– складання проектного завдання.

Аналізуючи проект маркетинг-логістичної системи, визначають таке [2, с. 38–39]:

– достатні або недостатні резерви вдосконалення логістики, які б виправдали проведення детальних досліджень та аналізу;
– створення концептуальних схем проекту потребує всебічного вивчення фактичних даних, що допомагає об'єктивно і критично поглянути на наявні методи роботи;
– у процесі створення концептуальної схеми проекту слід чітко визначити можливі варіанти перебудови логістичної системи.

Після складання проекту маркетинг-логістичної системи переходять до її планування, основними складниками якого є планування технологічного процесу та оперативне планування.

Під час планування технологічного процесу аналізують технології, які використовують конкуренти, зважаючи на обробку замовлень, планування потреб у матеріалах. Особливу увагу приділяють технологіям вантажопереробки і транспортування.

В оперативних планах зусилля менеджменту зосереджуються вже на діях, наприклад на процесах збуту та розподілу. У логістиці перевага надається не галузі економіки, а регіону. Територіальна спеціалізація й раціоналізація мають особливе значення для малих і середніх підприємств із незначними циклічними потоками товарів широкої номенклатури.

У динамічних системах взаємозв'язок та функціонування елементів досягаються завдяки відповідним потокам, саме тому потоки є складниками системи. Таким чином, їх можна розглядати як підсистеми й незалежні об'єкти управління. У зв'язку із цим маркетингова логістика використовує методи кібернетики, системології (теорії систем) і ґрунтується на концептуальних засадах.

На підприємствах країн із розвиненою ринковою економікою застосовуються дві форми організації матеріально-технічного забезпечення і збуту в логістичних системах:

– централізована;
– децентралізована.

Кожній із цих форм може бути властива згрупована або розкидана служба постачання і збуту.

За згрупованої служби всі її підрозділи, що виконують окремі функції (постачання, збут, збереження запасів, перевезення і т. ін.), перебувають у підпорядкуванні одного відділу.

Централізована форма організації матеріально-технічного забезпечення і збуту застосовується на підприємствах, що випускають однорідну продукцію і мають невелику кількість підприємств, розташованих в одному регіоні.

Для розкиданої служби характерне розосередження лінійних підрозділів, що виконують окремі функції, по двох або більше спеціалізованих відділах.

Основні переваги централізації управління службами матеріально-технічного забезпечення і збуту полягають у:

– зниженні витрат і створенні умов для розроблення єдиної заготівельної, збутової та транспортної політики фірм;
– сприянні укрупненню партій закуповуваних товарів, а отже, розширенні вибору постачальників (ними можуть бути оптові торговці);
– створенні умов для вигідного укладання контрактів на транспортне обслуговування;
– одержанні знижок на ціну товарів;
– скороченні витрат обігу за рахунок зменшення матеріальних запасів у кожному виробничому відділі й у цілому підприємстві;

– зниженні витрат на проектування й експлуатацію меншої кількості об'єктів.

Децентралізована форма управління застосовується на тих підприємствах, які розміщені в різних районах і спеціалізуються на випуску одного або декількох видів продукції (тобто в компаніях із диверсифікованим виробництвом).

Недоліки децентралізованої форми організації служб постачання і збуту:

– підприємства змушені робити закупівлі порівняно невеликого обсягу;

– істотні транспортні витрати.

Система децентралізованого управління забезпеченням за згрупованої організації служб складається з трьох рівнів. У безпосередньому підпорядкуванні вищого керівництва (перший рівень) знаходяться підрозділи, що відають фінансовими активами підприємства, юридичними та кадровими питаннями.

Другий рівень управління становлять функціональні підрозділи, що безпосередньо організовують питання фінансування виробництва, дослідницькі і дослідно-конструкторські розробки, а також увесь комплекс питань, пов'язаних із випуском окремих видів продукції.

Ланки третього рівня управління перебувають у безпосередньому підпорядкуванні цих підрозділів і відповідають за дослідження ринку і збутову політику (маркетинг).

Лінійна служба підрозділу, що відповідає за контроль запасів, здійснює функцію планування виробництва спільно зі службами виробничого підрозділу. При цьому вона виходить із наявності і номенклатури запасів на складі.

Розглянемо систему, яка має ще більш розвинуту децентралізацію на третьому рівні управління. Окремі функції матеріально-технічного забезпечення покладаються на відділи закупівель і транспортну службу. Функція управління запасами покладена на виробничий відділ.

До служби маркетингу входять також складування й управління запасами готової продукції. Координація функцій матеріально-технічного забезпечення виробляється на другому рівні структури, що робить ці відділи, з одного боку, більш автономними, а з іншого – ускладнює прийняття управлінських рішень на цьому рівні.

Дослідження виробничо-торговельних ланцюжків виявили, що більшість підприємств має функціональну організаційну структуру.

Проведені дослідження виявили, що створення маркетинг-логістичної організаційної структури на підприємствах потребує правильного та чіткого розуміння сутності маркетинг-логістичної діяльності. Значна кількість помилок у сучасній вітчизняній економіці виникає в результаті відсутності чіткого та однозначно визначеного понятійного апарату. Нині у вітчизняній економічній літературі ще не існує загальноприйнятого визначення поняття «маркетинг-логістична діяльність».

На нашу думку, маркетинг-логістичний оператор характеризується тим, що крім автомобільних перевезень та складської логістики займається питаннями маркетингу, а саме товарною, ціновою та комунікаційною політикою, збутовою діяльністю.

Дослідження організаційної структури низки підприємств виявило різноманітність в їх організаційній структурі управління та засвідчило відсутність чи наявність маркетингової або логістичної служби на них.

Організаційна структура служби маркетингу або логістики на великих підприємствах передбачає створення відділів стратегічного управління, реклами, закупівлі та збуту товарів. Хоча раніше й існували на підприємствах відділи закупівлі та збуту, але в сучасних умовах їхня діяльність повинна здійснюватися у такому взаємозв'язку з маркетингом та логістикою.

Керівник маркетинг-логістичної служби, як і всі працівники підприємства, зацікавлений у виявленні і прийнятті на роботу висококваліфікованих фахівців. У сучасних умовах відчувається гостра нестача таких фахівців, зокрема з маркетингу та логістики. Маркетинг-логістичній службі необхідно підтримувати тісні контакти з відділом кадрів, щоб підготувати конкретний опис посадових обов'язків кожного із співпрацівників. Керівникам маркетинг-логістичної служби і відділу кадрів необхідно консультуватися стосовно того, де можна знайти кандидатів на вільні посади, де необхідно розмістити оголошення із запрошенням на роботу. Характер інструктажу і, за необхідності, програма навчання нових працівників також повинні формуватися сумісно двома структурними підрозділами.

Особисті якості, які вимагаються від фахівців, що працюють у маркетинг-логістичній службі: системність мислення, комунікабельність, уміння творчо мислити та працювати в команді.

Маркетинг-логістична служба повинна брати участь у розробленні програм, планів і графіків, пов'язаних із закупівлею та реалізацією товарів і наданням супутніх послуг, вимагати від відповідних підрозділів підприємства надання усієї необхідної інформації, що забезпечує повноцінну роботу служби маркетингу, і повністю відповідати за обґрунтованість усіх аналітико-оцінювальних документів, які розробляються для керівництва підприємства та інших підрозділів.

Важливими принципами успішної діяльності маркетинг-логістичної служби є об'єктивність, незалежність, принциповість, системний підхід, компетентність та ефективність.

Утворення маркетинг-логістичних служб дасть змогу краще вирішувати багато проблем, а саме: управління службами сприятиме формуванню оптимальних товарної та цінової політики, прискорить процес збуту товарів, підвищить конкурентоспроможність підприємств і роль виробничо-торговельної ланки у цілому.

Для вдосконалення діяльності маркетинг-логістичних операторів у системі виробничо-торговельного ланцюга необхідно:

– сучасний логістичний терміна класу «А+»;

– щоб складське приміщення та автомобільний транспорт забезпечували збереження вантажів;

– щоб обладнання забезпечувало надійність обробки вантажів, ефективність фізичного переміщення товару;

– наявність бездротових терміналів збору даних Motorola, сканерів Symbol;

– сучасне навантажувально-розвантажувальне обладнання;

– наявність поличних, мезонінних та палетних стелажів;

– щоб кваліфікований персонал забезпечував якість обробки вантажів;

– щоб система управління складами мала автоматизацію управління складськими процесами;

– сприяти ефективній роботі онлайн-замовлень у найкоротші терміни;

– відстеження статусу, інтеграції із системою клієнта, формування звітності;

– оптимізація ресурсів в мінімальних термінах виконання замовлень та витрати на логістику повинні бути лише по факту виконання замовлення;

– відсутність проблем, пов'язаних із сезонністю, піковим навантаженням на склад;

– щоб відповідальність за товар була повністю на компанії;

– можливість обробки замовлень на сучасному складі, яка не потребує інвестицій у власні приміщення;

– розширення асортименту товарів без додаткових витрат на логістику;

– інтеграція з будь-якою інформаційною системою;

– товарні запаси та статуси замовлень у режимі реального часу;

– зручність складання статистичних та аналітичних звітів.

Висновки. Маркетинг-логістичні оператори є одними з найважливіших складників системи виробничо-торговельного ланцюга. На їх формування впливає багато чинників. Водночас рішення, пов'язані зі змінами у збутовій політиці, вимагають низки заходів як у кадровій сфері, так й у фінансовій, маркетинговій, логістичній галузях. Організація діяльності маркетинг-логістичних операторів, правильне розмежування функцій і створення необхідних умов для їх діяльності будуть сприяти підвищенню їх конкурентного статусу. Основними цілями маркетинг-логістичних операторів є: отримання прибутку в поточному періоді, а також гарантії його отримання в майбутньому, максимальне задоволення платоспроможного попиту клієнтів, довгострокова ринкова стійкість та позитивна репутація.

Список використаних джерел:

1. Селезньова О.О. Оцінка маркетингової діяльності будівельного підприємства / О.О. Селезньова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 6. – Т. 1. – С. 176–181.
2. Методологія науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/.
3. Тюріна Н.М. Логістика : [навч. посіб.] / Н.М. Тюріна, І.В. Гой, І.В. Бабій. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 392 с.

Тришкина Н. И.
Хмельницкий торгово-экономический колледж
Киевского национального торгово-экономического университета

МАРКЕТИНГ-ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ОПЕРАТОРЫ В СИСТЕМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВОЙ ЦЕПОЧКИ

Резюме
Исследованы теоретические и практические вопросы маркетинг-логистических операторов в системе производственно-торговой цепи. Охарактеризованы современные виды маркетинг-логистических операторов. Предложены пути совершенствования деятельности маркетинг-логистических операторов в системе производственно-торговой цепи.
Ключевые слова: производство, компания, логистика, маркетинг, оператор, потребитель, торговля.

Trishkina N. I.
Khmelnytsky Trade and Economic College
Kyiv National University of Trade and Economics

MARKETING LOGISTIC OPERATORS IN THE SYSTEM OF THE INDUSTRIAL-TRADING CHAIN

Summary
The theoretical and practical questions of marketing-logistic operators in the system of production and trading chain are researched. The modern types of marketing-logistic operators are characterized. The ways of improvement of activity of marketing-logistic operators in the system of production and trading chain are offered.
Key words: production, company, logistics, marketing, operator, consumer, trade.

УДК 005.332.8

Трут О. О.
Львівський торговельно-економічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ НАУКОВИХ КАТЕГОРІЙ «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» ТА «ЕФЕКТИВНІСТЬ»

Досліджено еволюцію наукових поглядів на сутність категорій ефективності та результативності організації. Ідентифіковано їх спільні та відмінні характеристики. Доведено, що категорія «ефективність» є одним із критеріїв результативності, а результативність виступає як узагальнююча категорія. Аргументовано концепцію результативності організації як сучасний етап розвитку теорій економічної ефективності.
Ключові слова: витрати, ефект, ефективність організації, менеджмент, прибуток, результат, результативність організації, цілі, управління.

Постановка проблеми. Надмірна розбіжність термінологічного і понятійного апарату в теоріях ефективності та результативності спричиняє розмитість досліджуваних категорій і водночас доводить складність предмету дослідження, де поняття «ефективність» має визначення як «результативність», а в зарубіжній практиці як синонім зазвичай використовується термін «продуктивність системи». Присвячені цій проблемі зарубіжні іншомовні джерела мають певні особливості термінології, нехтування якими під час перекладу призводить до неточного тлумачення термінів і, як наслідок, до їх помилкового використання. Сьогодні є цілком очевидною потреба в уточненні, синтезі і систематизації дефініцій категорій «ефективність» і «результативність», що є концептуальною основою управління результативністю організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальний підхід до управління результативністю та ефективністю організацій висвітлено в роботах зарубіжних учених: М. Армстронга, П. Друкера, Н. Енді, Р. Каплана, Г. Кокінза, Д. Лафта, Д. Нортона, Д. Сінка, Б. Фелпса, П. Самуельсона. Теоретико- методологічні засади управління результативністю та ефективністю організацій є предметом наукових досліджень українських учених: Я. Догадайло, О. Кузьміна, О. Олексюка, Й. Петровича, В. Сороко, Н. Тарнавської, Н. Терещенко, А. Тищенко, Л. Федулової, Ф. Хміля, В. Шинкаренка, Н. Яшина та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний науковий доробок зарубіжних учених, вітчизняними дослідниками практично не охоплена проблематика ефективного використання управлінських ресурсів для підвищення результативності організацій, формування адекватних систем управління, розроблення відповідних інструментів та механізму управління результативністю. Відсутні теоретичні розробки і практичні рекомендації з питань системного управління результативністю та ефективністю організацій у ринковому середовищі.

Мета статті полягає у виявленні спільних характеристик та обґрунтуванні відмінностей наукових категорій результативності та ефективності організації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Часткове ототожнення категорій «ефективність» та «результативність» зумовлене подібністю базових понять «ефект» і «результат». Ефект (від лат. *effectus*) означає виконання, дію. Як визнає більшість учених, термін «ефект» має значення результату, тобто наслідку зміни стану конкретного об'єкта, зумовленого дією різних факторів. «Ефект» – це досягнутий результат у різних формах вияву (матеріальний, соціальний, екологічний та ін.) [1, с. 18; 2, с. 121]. Окрім того, дефініція «ефект» позначає абсолютну величину вартісних, натуральних чи умовних оцінюваних параметрів дії (процесу, розвитку), стверджує український учений О.І. Олексюк. На його переконання, концептуальною відмінністю між поняттями «результат» та «ефект» є його здатність ураховувати за модулем цільову корисність позитивних і негативних ефектів протягом часу [1, с. 21].

Перші дослідження *проблеми ефективності* пов'язують із засновниками класичної школи економічної теорії В. Петті, В. Парето та керівником школи фізіократів Ф. Кене. Ці вчені ототожнювали поняття «ефективність» та «результативність», які застосовувалися до певних державних заходів і сприяли економічному пожвавленню країн. Згідно з традиціями, провідні світові видання у сфері менеджменту та економіки до 70–80-х років XX ст. акцентували увагу на відсутності відмінностей між категоріями «ефективність» і «результативність». Відокремлення ж поняття ефективності як економічної категорії відбулося на початку XIX ст. у працях Д. Рікардо, який розділив поняття «ефективність» і «результативність», надаючи ефективності специфічне значення, що виражається зіставленням результату і певного виду витрат.

Перший в історії наукового менеджменту «інженер з ефективності» Е. Харрінгтон зробив ефективність справжньою філософією, що була ним викладена у широко відомій праці «Дванадцять принципів ефективності». Погляди Харрінгтона на *ефективність* зводяться до ідеї про те, що праця повинна бути благом, а не нещастям. Вища здатність людини полягає у тому, що вона може створити і налагодити організаційну структуру, принципом діяльності якої буде створення і досягнення ідеалів [3, с. 68].

Американський дослідник Е. Савас уважає, що є два види ефективності: *дієвість (efficiency)*, яку можна підрахувати кількісно і вивести коефіцієнт корисної дії, та *ефективність (effectiveness)*, що має якісний характер і є оцінним поняттям. До кінця XIX ст. у зарубіжній науковій практиці обидва види ефективності використовувалися як синоніми. Словник Oxford Dictionary визначав *efficiency* як придатність або здатність успішно досягти чи забезпечити успішне досягнення наміченої мети, тому часто *ефективність* визначають як узгодженість результату з метою.

З початку XX ст. термін efficiency набув іншого значення і трактувався як співвідношення між внеском (вхідними ресурсами) та результатом, зусиллями та результатом, витратами та дохо-

© Трут О. О., 2017

дами, витратами та задоволенням. Обидва терміни можуть бути перекладені українською мовою як *ефективність*. Efficiency – робити краще те, що вже робиться, а ефективність (effectiveness) передбачає пошук можливостей отримати додаткові прибутки, створити нові ринки і постійно змінювати економічні характеристики товарів. Ефективність (effectiveness) – основа успіху, ефективність/дієвість (efficiency) – мінімальна умова існування [4, с. 36].

У сучасній Великобританії поширені два поняття: effectiveness – ефективність і efficiency – дієвість. Ефективність – це визначення мети, вимір прогресу в досягненні цієї мети і розгляд альтернативних засобів її досягнення. Дієвість – це мінімізація витрат щодо випуску (продукції, послуг, інформації) за визначеної мети і вибраних методик. Вона акцентує увагу на взаємовідносинах витрат – мінімізації витрат і максимізації випуску. Ці два поняття (effectiveness і efficiency) дали змогу виділити у світовій практиці дві цілком різних наукові категорії – *«ефективність»* та *«результативність»*, які мають різне змістове навантаження.

Класик теорії менеджменту П. Друкер указав на необхідність розмежування цих двох фундаментальних категорій: «результативність» (*effectiveness*), з якою він пов'язував відповідь на запитання: «Як робити правильні дії (речі)?», та «ефективність» (*efficiency*), під якою він розумів відповідь на запитання: «Як правильно робити дії (речі)?». Таке визначення зумовлює проблему двоїстості ефективності організації: досягнення поставленої мети (дієвість/ результативність); досягнення мети найбільш економічним способом (економічність). П. Друкер пропонує розрізняти поняття ефективності, дієвості (результативності) та економічності [5, с. 23].

У фаховій економічній літературі ефективність є базовим поняттям у ході оцінювання діяльності організацій і, як правило, тлумачиться у двох аспектах:

– *економічна ефективність* – співвідношення отриманих результатів і витрачених ресурсів (незалежно від того, чи досягнута мета);

– *ефективність досягнення мети* – співвідношення результатів і цільових показників, тобто здатність досягати поставленої мети (незалежно від витрат ресурсів).

Так, Економічна енциклопедія за редакцією С. Мочерного дає таке визначення категорії *«ефективність»*: «Здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат» [6, с. 287]. На думку В.Г. Андрійчука, *ефективність* – це економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами [7, с. 216].

Якщо загальне визначення економічної ефективності не викликає сумніву, то характеристика *ефективності досягнення мети* дещо складніша. Одним із пояснень може бути те, що у вітчизняній науці вивчення поняття ефективності історично починається з ефективності виробництва підприємства, а вже потім – ефективності управління виробництвом, дослідження якої особливо посилювалися після того, як вітчизняні менеджери розпочали застосовувати світові розробки в даній галузі.

Категорія «ефективність» широко застосовувалася і в умовах планової централізованої економіки за часів СРСР. Сьогодні вона може розглядатися тільки як один із критеріїв, що характеризує успішність підприємства саме з погляду економічності виконуваних робіт. Проте категорія «результативність» вітчизняними вченими радянської доби майже не досліджувалася, а частково ототожнювалася з категорією ефективності. Значна увага радянськими економістами приділялася вивченню лише одного критерію оцінки результативності організації – *продуктивності*, зокрема продуктивності праці. Таку ситуацію можна пояснити відповідністю інструментів і методів управління адміністративно-командної системи управлінню планово-централізованою соціалістичною економікою.

Донедавна вітчизняна наука трактувала ефективність тільки як внутрішню економічність, пов'язану з раціональним використанням ресурсів. «Щоб уникнути асоціації з нею як категорією, що характеризує успіх підприємства в умовах ринку, доцільно прийняти результативність його діяльності», – роблять акцент сучасні українські науковці [8, с. 11].

У сучасній літературі з питань менеджменту поняття його результативності (як міри досягнення цілей) дуже часто підміняється поняттям його ефективності. У публікаціях вітчизняних і зарубіжних дослідників термін «ефективність» використовується поряд із терміном «результативність» як синонімічний або такий, що має однаковий зміст, хоча «розмежування цих понять є надзвичайно важливим для оцінки *ефективності функціонального менеджменту підприємства*», – відзначає Л.О. Лігоненко [9, с. 208]. «Виходячи з наведеного визначення *ефективності досягнення мети*, її певною мірою можна вважати синонімом ефективності управління або ефективності бізнесу, оскільки оцінка останніх теж передбачає співставлення досягнутих у процесі діяльності результатів із встановленими цілями», – відзначає вітчизняний учений В.М. Сороко [4, с. 38].

Отже, у *сфері управління підприємством* ефективність характеризує співвідношення досягнутих результатів і поставлених цілей, тому у цьому разі доцільно вживати терміни «ефективність управління» або «результативність», які можна вважати синонімами.

Питання підвищення *ефективності управління підприємством* вирішуються в межах нового напряму в управлінні, який виник наприкінці XX ст. і має назву *Business Performance Management* (BPM), що дає змогу підприємствам визначати стратегічні цілі, а потім оцінювати ефективність своєї діяльності щодо цих цілей і керувати процесом їх досягнення. Хоча термін BPM зазвичай перекладається як «управління ефективністю бізнесу», деякі автори цілком правильно вважають такий переклад не зовсім коректним. В англомовній економічній літературі найбільш відповідними за змістом є широко вживані терміни business performance, enterprise performance, productivity of an enterprise та менш поширений, хоча й закріплений стандартом ISO 9000:2000, – effectiveness.

Для з'ясування сутності досліджуваних категорій *«результативність»* та *«ефективність»* звернемося до положень *стандарту ДСТУ ІСО 9000-2001*. Словник термінів стандарту чітко формулює та розмежовує поняття результативності (*effectiveness*) та ефективності (*efficiency*). Так, *результативність* визначається як ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів, а *ефективність* – співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами [10].

Відомі американські науковці С. Роббінз та М. Коултер визначають поняття «результативність» так: «Результативність (effectiveness) – показник, що відображає, наскільки організації вдалося досягти поставлених цілей» [11, с. 829]. Як об'єкт оцінки управлінської діяльності поняття «результат» більш широко характеризується в роботі Г.В. Атаманчука: «Управління завжди здійснюється в ім'я досягнення певних цілей, вирішення актуальних завдань, які в кінцевому підсумку визначаються в отриманих результатах практичної реалізації управлінських рішень і дій суб'єктів управління» [12, с. 72].

У 1993 р. вчені Е. Мосенг та П. Бредап обґрунтували тривимірну модель результативності економічних процесів. На їхню думку, результативність визначається на основі понять *«економічність», «ефективність», «гнучкість»*. При цьому під ефективністю розуміють рівень задоволення потреб споживачів; під економічністю – економне та оптимальне використання ресурсів організації; під гнучкістю – стратегічну сфокусованість (усвідомлення цілей) і здатність організації до змін.

Виходячи з різноверсійності у підходах до встановлення результативного та ефективного функціонування сучасних суб'єктів господарювання, загальновизнаним у сучасних економічних дослідженнях повинно виступати, як стверджує Н.В. Поліщук, «використання науково обґрунтованих основ теорії, методології та практики побудови комплексної системи оцінювання результативності діяльності з погляду її кінцевих наслідків» [13, с. 2].

Сучасний американський дослідник проблеми ефективності та результативності організації Г. Кокінз у науковій праці «Управління результативністю» підтверджує, що результативність та ефективність однаково важливі: «Спочатку виберіть стратегію, визначте цілі, а потім досягайте їх мінімально можливими ресурсами» [14, с. 25].

Таким чином, досліджуючи ефективність діяльності організації, треба розділяти власне *ефективність діяльності*, що стосується використання ресурсів, та *результативність*, що характеризує ступінь реалізації стратегії. Водночас треба пам'ятати, що для успішної діяльності організації важливими є не лише досягнення цілей і реалізація стратегії (результативність), а й мінімізація витрат упродовж цього процесу (ефективність). Як стверджують зарубіжні дослідники, менеджерів має цікавити не лише те, *чого* ми досягли, а й як.

У новітній економічній літературі категорія «результативність» у загальному розумінні трактується як ступінь досягнення запланованих результатів (запланованих завдань, цілей). Утім, у контексті управління, на нашу думку, більш точним і правильним є визначення результативності в редакції вчених Н.В. Терещенка та Н.С. Яшина: «*Результативність* – міра досягнення результатів, адекватних установленим і передбачуваним цілям, що задовольняють певні потреби зацікавлених сторін і створюють умови для постійного розвитку організації» [15, с. 17]. Таке розуміння результативності організації відповідає сучасним ринковим умовам їх функціонування та дає змогу виробити українським менеджерам адекватну *систему управління результативністю* організацій.

Аналогічну наукову позицію займає вітчизняний науковець Л.І. Федулова і зазначає: «Результативність – це міра точності управління, яка характеризується досягненням очікуваного стану об'єкта управління, мети управління або рівнем наближення до неї. Результативність, з одного боку, залежить від створення умов і результатів праці на конкретному об'єкті, а з іншого – від зовнішнього середовища та ситуацій» [16, с. 394].

Американський учений Д. Скотт Сінк обґрунтовує доцільність розгляду *ефективності* та *результативності* через критерій управління сукупною продуктивністю ресурсного потенціалу організації. «Це не є принципово новим підходом до оцінки економічної ефективності, а лише зміщує акценти з поточної у перспективну оцінку стану підприємства. *Результативність* – це загальне узагальнююче інтегральне родове поняття з багатьма властивостями і складовими елементами, тоді як продуктивність – це достатньо конкретне поняття. Фактично продуктивність – це один із семи критеріїв результативності організації: дієвість цілей, планів; економічність; якість; продуктивність; якість трудового життя; прибутковість; нововведення» [17, с. 163].

Подібну позицію займає група вчених під керівництвом А.Н. Тищенко: «...якщо компанія дієва й економічно-ефективна, а її процеси задовольняють сучасним вимогам, то компанія, очевидно, повинна буде підтримувати якість трудового життя та інноваційність, щоб вижити у довгостроковій перспективі. Отже, компанія здатна бути продуктивною і прибутковою, що забезпечить її результативність» [8, с. 79].

Отже, категорії «ефективність» та «результативність» частково взаємопов'язані, проте категорія *«результативність»* може бути визнана більш ємним поняттям. Питання їх диференціації залишається одним із найбільш гострих у сучасній науці.

Висновки. Вивчення наукових праць зарубіжних і вітчизняних учених у галузі ефективності та результативності організацій дає змогу зробити висновок, що категорія *«результативність»* оцінює ступінь досягнення поставлених цілей або реалізації стратегії організації, а категорія *«ефективність»* передбачає досягнення поставлених цілей організації з мінімально можливими витратами. Іншими словами, ефективність є одним із критеріїв результативності, а результативність виступає як узагальнююча (агрегуюча) категорія.

Для успішної діяльності сучасної організації важливими є не лише досягнення цілей і реалізація стратегії (результативність), а й мінімізація витрат упродовж цього процесу (ефективність), тому менеджменту необхідно оцінювати їх нарізно, оскільки це дасть змогу чітко визначити, чим викликаний поточний стан організації: неточною стратегією (помилковими цілями) чи нераціональним використанням ресурсів. Зроблені висновки дадуть змогу менеджерам точніше і правдивіше проводити оцінку різних аспектів діяльності організації, що сприятиме прийняттю оптимальних управлінських рішень.

Концепція результативності виступає сучасним етапом розвитку теорій економічної ефективності функціонування виробничо-господарських систем, яка орієнтована на врахування нових чинників створення вартості, нові механізми її забезпечення та інтеграцію різних функціональних сфер діяльності сучасної організації.

Список використаних джерел:
1. Олексюк О.І. Економіка результативності діяльності підприємства : [монографія] / О.І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2008. – 362 с.
2. Косянчук Т.Ф. Результативність діяльності підприємства та її діагностика / Т.Ф. Косянчук, Ю.Г. Галкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 3. – С. 121–124.
3. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности / Г. Эмерсон. – М. : Экономика, 1972. – С. 144–145.
4. Сороко В.М. Результативність та ефективність державного управління і місцевого самоврядування : [навч. посіб.] / В.М. Сороко. – К. : НАДУ, 2012. – 260 с.
5. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер ; пер. с англ. М. Котельниковой. – М. : Астрель, 2006. – 284 с.
6. Економічна енциклопедія : у трьох томах / Ред. С.В. Мочерний [та ін.]. – К. : Академія, 2000–2003. – 864 с.
7. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : [монографія] / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2005. – 292 с.
8. Тищенко А.Н. Экономическая результативность деятельности предприятий : [монография] / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, Л.В. Догадайло. – Х. : ИНЖЕК, 2005. – 168 с.
9. Лігоненко Л.О. Дискусійні питання щодо трактування сутності та співвідношення понять «ефективність» і «результативність» управління підприємством / Л.О. Лігоненко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 10. – С. 207–216.
10. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – К. : Держстандарт України, 2001.
11. Роббинз С., Коутлер М. Менеджмент / С. Роббинз, М. Коутлер ; 8-е изд. ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2007. – 1056 с.
12. Атаманчук Г.В. Управление: сущность, ценность, эффективность : [учеб. пособ.] / Г.В. Атаманчук. – М. : Культура, 2006. – 544 с.
13. Поліщук Н.В. Науково-методологічні засади результативності функціонування сучасних економічних систем : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Н.В. Поліщук ; Вінницький національний аграрний університет. – Вінниця, 2011. – 36 с.
14. Кокинз Г. Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами / Г. Кокинз. – М. : Альпина Паблишер, 2008. – 410 с.
15. Глазунов А.В. Оценка результативности должна быть результативной / А.В. Глазунов // Методы менеджмента качества. – 2006. – № 4. – С. 17–18.
16. Федулова Л.І. Менеджмент організацій / Л.І. Федулова. – К. : Либідь, 2004. – 448 с.
17. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д.С. Синк. – М. : Прогресс, 1989. – 528 с.

Трут О. А.
Львовский торгово-экономический университет

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ НАУЧНЫХ КАТЕГОРИЙ «РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ» И «ЭФФЕКТИВНОСТЬ»

Резюме
Исследована эволюция научных взглядов на сущность категорий эффективности и результативности организации. Идентифицированы их общие и отличительные характеристики. Доказано, что категория «эффективность» является одним из критериев результативности, а результативность выступает как обобщающая категория. Аргументирована концепция результативности организации как современный этап развития теории экономической эффективности.
Ключевые слова: затраты, эффект, эффективность организации, менеджмент, прибыль, результат, результативность организации, цели, управление.

Trut O. O.
Lviv University of Trade and Economics

CONCEPTUAL APPROACHES TO INTERPRETATION OF THE SCIENTIFIC CATEGORIES «PERFORMANCE» AND «EFFICIENCY»

Summary
The article investigates the evolution of scientific views on the essence of the categories of “efficiency” and “performance” of the organization. Their common and distinctive characteristics are identified. It is proved that the category of “efficiency” is one of the criteria of performance, and “performance” is a generalization category. The concept of the organization’s performance as a modern stage in the development of theories of economic efficiency is reasoned.
Key words: resource expenses, effect, efficiency of the organization, management, profit, result, performance of the organization, goals, administration.

УДК 658.8

Хмарська І. А.
Первомайський політехнічний інститут
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ДЛЯ РІЗНИХ РІВНІВ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН

У статті розкрито зміст комплексу маркетингових комунікацій підприємства. Розглянуто сучасне спрямування комунікативно-інформаційних трендів та обґрунтовано можливість їх використання підприємствами легкої промисловості.
Ключові слова: маркетинг, маркетингові комунікації, партнерські відносини.

Постановка проблеми. В умовах розбудови в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки європейського типу одним із головних завдань виступає всебічне задоволення населення високоякісними, привабливими, безпечними товарами широкого вжитку. Важлива роль у вирішенні цього завдання належить легкій промисловості. Успішне функціонування підприємств легкої промисловості України безпосередньо залежить від ефективності їх комерційно-господарської діяльності. Разом із тим темпи розвитку легкої промисловості Україні залишаються незадовільними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання маркетингу та його складника – маркетингових комунікацій висвітлено у наукових працях таких відомих фахівців, як: Г. Ассель, Г. Армстронг, Б. Берман, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, В.Д. Базилевич, О.С. Євсейцева, В.М. Колот, В.А. Кредісов, О.Є Кузьмін, О.І. Лабурцева, С.В. Мочерний, Л.А. Янковська, Л.В. Балабанов, А.В. Войчак, С.М. Ілляшенко, С.В. Ковальчук, А.Ф. Павленко, П.Г. Перерва, А.О. Старостина, Т.О. Примак, І.Л. Решетнікова, Є.В. Ромат, Н.І. Чухрай та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість наукових публікацій щодо різних складників комплексу маркетингових комунікацій залишається недостатньо опрацьованим питання власне комплексного застосування маркетингових комунікацій у комерційно-господарській діяльності підприємств легкої промисловості, який би враховував формування комплексу маркетингових комунікацій на різних рівнях партнерства.

Мета статті полягає у розробленні цілісного науково-практичного підходу до формування комплексу маркетингових комунікацій для різних рівнів партнерських відносин галузі легкої промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингова політика комунікацій синтезує всі переваги маркетингу та досягнення сучасної теорії комунікацій.

Сучасні тенденції розвитку навколишнього світу, способу і стилю життя людей призводять до того, що власне споживач стає іншим. У цьому контексті можна зазначити такі основні тенденції, що потребують зміни маркетингового, а отже, й комунікативного підходів:

1. Прискорення ритму життя веде до зростання потреби в зручних і простих речах, які не потребують багато часу для свого придбання (наприклад, комплексні доставки продуктів харчування до квартири, системні закупівлі на ринку B to B). Зменшення усвідомленої відмінності між споживчими властивостями продуктів призводить до зниження лояльності стосовно окремих торгових марок.

2. У результаті посилення конкуренції та розширення ринкових пропозицій має місце більш високе очікування від послуг та якості продуктів.

3. Зменшення відмінностей у ставленні до покупки тільки дорогих або тільки дешевих товарів: багаті купують щось у дешевих магазинах (сезонні та інші розпродажі), а не дуже заможні для задоволення купують щось у дорогих. Із цього погляду може виявитися невиправданим ціноутворення на основі середніх цін, а сегментування за доходами може ввести в оману.

4. Заниження покупцем свого вікового рівня – купівля товарів, розрахованих на більш молоду цільову аудиторію (особливо продукції легкої промисловості: одягу, взуття, аксесуарів, а також спортивного інвентаря).

5. Сучасні споживачі досить скептично ставляться до більшості традиційних маркетингових ініціатив, тому захопити та втримати їх цікавість до товару важко. Навіть визнані лідери не можуть бути абсолютно впевненими у надійності своїх ринкових позицій. Підприємство має продавати свою продукцію, супроводжуючи її оригінальним повідомленнями, які переконували б у відповідності цих товарів потребам та бажанням покупців. Саме тому одним із ключових факторів успіху, що забезпечує прибуток підприємства, є комунікації [3].

Фахівці у сфері маркетингу вважають, що в кожній компанії повинна бути розроблена певна комунікаційна система. Однак слід зазначити, що питання розмежування багатьох термінів та понять, що стосуються сфери маркетингових комунікацій, у сучасній науковій літературі належать до дискусійних.

Механізм просування приводиться у дію за допомогою комплексного інструментарію. Отже, інструмент – це спосіб досягнення якоїсь мети. Таким чином, інструменти маркетингових комунікацій – це засоби і способи досягнення цілей, що постають перед маркетинговими комунікаціями. Відповідно, весь інструментарій маркетингових комунікацій за способом його впливу на споживачів можна поділити на явні та латентні інструменти. До явних (прямого впливу) можна віднести: телевізійну рекламу; рекламу в пресі та на радіо; рекламу у місцях продажу і на транспорті; виставково-ярмаркову діяльність. Ці інструменти є зрозумілими і такими, що легко ідентифікуються більшістю споживачів. Що стосується латентних, то до них належать: упаковка, маркування, торговельна марка, продукт-плейсмент. Ці інструменти проявляються не настільки відверто, проте є важливими стимулами у досягненні маркетингових цілей підприємства.

Різні автори розглядають різні набори інструментарію маркетингових комунікацій, проте більшість із них сходиться на думці, що у виборі

© Хмарська І. А., 2017

підприємством тих чи інших інструментів маркетингових комунікацій вирішальну роль відіграє макросередовище, що оточує підприємство. Нижче наведено схему комунікаційного процесу, запропоновану в 1948 р. американським політологом і дослідником засобів масової інформації Г. Лассуелом. Відомий опис моделі дає відповіді на п'ять ключових питань: хто повідомляє? що саме? за якими каналами? кому? з яким ефектом? [3, с. 163]. На рис. 1 подано доопрацьований автором варіант моделі.

Ця модель включає основні фактори ефективної комунікації і визначає основні етапи роботи над створенням дієвої системи комунікацій: виявлення цільової аудиторії; визначення ступеня купівельної готовності аудиторії; визначення бажаної відповідної реакції цільової аудиторії; складання звернення до цільової аудиторії; формування комплексу комунікацій фірми; розроблення бюджету комплексу комунікацій; утілення в життя комплексу комунікацій; збирання інформації, що надходить за каналами зворотного зв'язку; коригування комплексу комунікацій.

Комунікації як один із видів спілкування між суб'єктами в людському суспільстві містять ідею комунікації зі споживачем. Саме в такий спосіб установлюється контакт між виробником продукції і покупцем, віднаходяться оптимальні варіанти задоволення їхніх обопільних інтересів. У цьому зв'язку зазначимо, що бізнес-організації стають водночас і відправниками, і отримувачами інформаційних повідомлень. Як відправники вони інформують, переконують, нагадують та стимулюють цільові ринки, аби створювати обміни, що відповідають їхнім прагненням. Як отримувачі бізнес-організації налаштовуються на цільові ринки, щоб розробляти відповідні повідомлення, адаптуватися у цій справі і до обставин мінливого ринкового середовища, і до місць комунікаційних можливостей, що з'являються. Таким чином, комунікацію можна розглядати як «шлях із двостороннім рухом». З одного боку, бізнес-організації прагнуть зібрати якомога більше інформації з ринків, а з іншого – інтенсивно доносити свою власну інформацію до покупців.

Нині все більше підприємств схиляються до використання інтегрованої системи маркетингових комунікацій. Це призводить до ретельного аналізу роботи всіх каналів комунікацій для створення у споживача чіткого, послідовного і переконливого уявлення про підприємство та продукцію, яку воно випускає. На перший план виходить ретельне планування кожного кроку щодо засобів просування товару на ринок, капіталовкладень в його підтримку та розвиток на кожному етапі життєвого циклу. А для ефективного впровадження зовнішніх інструментів комунікації передусім налагоджується внутрішня комунікаційна політика.

На структуру комплексу маркетингових комунікацій значною мірою впливають: тип товару або ринку, на якому працює підприємство (товари широкого вжитку або товари промислового призначення); етап життєвого циклу товару; ступінь купівельної готовності потенційного клієнта; стратегія просування (стратегія проштовхування чи залучення); особливості комплексу маркетингових комунікацій конкурентів; фінансові можливості підприємства.

Можна стверджувати, що перша із зазначених класифікаційних ознак є найбільш вагомою під час вибору тих чи інших інструментів для формування комплексу маркетингових комунікацій. Виходячи із цієї ознаки, підприємства можуть формувати різні моделі бізнес-поведінки для різних рівнів партнерських відносин (рис. 2).

Зазначений підхід є для нас тим більш важливим, що підприємства легкої промисловості в силу їх розмаїття та специфіки здійснюють діяльність, використовуючи всі зазначені моделі бізнес-поведінки та деякі інші, які є їх різновидами (рис. 3).

Розглянемо й охарактеризуємо кожну із зазначених моделей відповідно до галузевої приналежності та застосовуваних інструментів маркетингових комунікацій (табл. 1).

Найбільш розповсюдженими для підприємств галузі легкої промисловості є моделі бізнес-поведінки типу B to C, B to B та B to G, тому в подальшому саме цим моделям приділено максимальну увагу, доведено, що маркетингові комунікації є одним із головних факторів забезпечення ефективних зв'язків підприємства зі споживачами на різних рівнях партнерських відносин.

Усе більш широке використання в діяльності вітчизняних підприємств принципів і прийомів маркетингу призводить до того, що підприємства відчувають зростаючу потребу інформувати про свою продукцію і переконувати споживача віддати перевагу саме його продукції. Ці питання вирішуються в рамках одного з елементів комплексу маркетингу – політики просування, в основі якої лежить розвиток маркетингових комунікацій [1, с. 19].

Комерційний успіх підприємств легкої промисловості залежить від того, наскільки повно його продукція відповідає основним споживчим перевагам. Маркетинг у легкій промисловості орієнтований на інтереси ринку й виходить із пріоритетності потреб та переваг споживачів. Звідси слідує логічний висновок про необхідність вивчення споживчого попиту, його мотивації, структури, динаміки, еластичності. Не можна здійснювати маркетингову управлінську діяльність, не володіючи ситуацією, що склалася на ринку: бажань і можливостей споживачів, намірів та дій конкурентів [4, с. 162–163]. Головною особливістю маркетингу підприємств легкої промисловості є те, що він поєднує в собі фактично всі моделі бізнес-поведінки та всі рівні партнерських відносин. Хоча більшість дослідників сходиться на думці, що на підприємствах легкої промисловості переважає

Рис. 1. Модель процесу комунікації

Джерело: доопрацьовано автором на підставі моделі Г. Лассуела та Шеннона-Уівера

Рис. 2. Класифікація моделей бізнес-поведінки залежно від типу товару або ринку

Джерело: сформовано автором

За ознакою виробника продукції / За ознакою споживача / користувача продукцією	Приватний споживач або громадянин Consumer	Підприємство або організація Business	Уряд Goverment
Приватний споживач або громадянин Consumer	Consumer-to-Consumer («C to C»)	Business to Consumer «B to C»	Government to Consumer «G to C»
Підприємство або організація Business	Consumer-to-Business «C to B»	Business to Business «B to B»	Government to Business «G to B»
Уряд Goverment	Consumer-to-Government «C to G»	Business to Goverment «B to G»	Government to Government «G to G»

Рис. 3. Матриця моделей бізнес-поведінки залежно від рівня партнерських відносин

Джерело: сформовано автором на підставі наукових узагальнень

модель B to C, проте достатньо високим залишається відсоток відносин у сферах B to B та B to G.

B to C (Business-To-Consumer) – буквально «Бізнес для Споживача» – термін, що має декілька значень. У самому широкому сенсі B to C – це сектор ринку, орієнтований на економічну взаємодію з кінцевим споживачем товарів або послуг, тобто з фізичною особою. Також B to C визначають і як форму електронної торгівлі між юридичними особами та фізичними, і як тип Інтернет-ресурсу, створеного для електронної комерції – здійснення торговельних операцій між компаніями і клієнтами (Інтернет-магазини, платні сервіси, електронні майданчики, біржі тощо). Саме в контексті

Таблиця 1

Характеристика моделей бізнес-поведінки, які використовують підприємства легкої промисловості

Модель бізнес-поведінки	Галузь застосування	Інструменти маркетингових комунікацій, що використовуються в моделі
Consumer-to-Consumer (C to C)	Індивідуальне пошиття взуття, одягу, шкіргалантереї, виготовлення трикотажних виробів на дому тощо	«Сарафанне радіо»; оголошення; Інтернет-реклама; реклама у соціальних мережах; виставки; ярмарки; базар інші види персонального продажу
Consumer-to-Business (C to B)	Виробництво сировини для підприємств легкої промисловості (шкіра, тканини, фурнітура)	«Сарафанне радіо»; директ-маркетинг; Інтернет-реклама; реклама у соціальних мережах; виставки; ярмарки; базар інші види персонального продажу
Consumer-to-Government (C to G)	Індивідуальне виробництво одягу, шкіргалантереї, виготовлення трикотажних виробів на дому для потреб держави (волонтерський рух)	«Сарафанне радіо»; директ-маркетинг; Інтернет-реклама; реклама у соціальних мережах; виставки; ярмарки; базар
Business to Consumer (B to C)	Виробництво товарів широкого вжитку для кінцевих споживачів	Усі види реклами; мерчандайзинг; PR; електронна комерція; промоакції; брендинг; партизанські та вірусні комунікації(переважно ATL)
Business to Business (B to B)	Виробництво товарів для подальшого виробництва або продажу	Прямий маркетинг; каталоги; виставково-ярмаркова діяльність; брендинг; веб-маркетинг; евент-маркетинг; каталоги; (переважно BTL)
Business to Goverment (B to G)	Виробництво товарів за державним замовленням	PR; спонсоринг; законодавчо-правовий маркетинг; виставково-ярмаркова діяльність; брендинг; веб-маркетинг; евент-маркетинг
Government to Consumer (G to C)	Законодавче регулювання індивідуального підприємництва у сфері легкої промисловості	PR; паблісіті; законодавчо-правовий маркетинг
Government to Business (G to B)	Законодавче та нормативно-правове регулювання бізнесу (приватного підприємництва) у сфері легкої промисловості	PR; паблісіті; законодавчо-правовий маркетинг
Government to Government (G to G)	Законодавче та нормативно-правове регулювання системи державних замовлень та закупівель	PR; паблісіті; законодавчо-правовий маркетинг

Джерело: сформовано автором на підставі наукових узагальнень

електронної комерції модель B to C дає змогу здійснювати роздрібні продажі без участі посередників або за їх мінімальної участі. Завдяки моделі партнерських стосунків B to C збільшується ефективність продажів, установлюються конкурентоспроможні ціни на реалізовані товари, охоплюється більш широка аудиторія: маркетингові комунікації в секторі B to C дають змогу підтримувати зв'язки та інформувати про товари і послуги споживачів незалежно від їх місця проживання, тим самим розширюючи географію продажів.

Можна виділити найбільш значущі відмінності маркетингу B to B від B to C (хоча вони досить умовні, оскільки застосовуваний інструментарій залежить від конкретних компаній, їх розмірів, фінансової міцності, стадії життєвого циклу та рівня маркетингової підготовки керівників і фахівців):

1. Для партнерських відносин типу B to B цінність брендів (торговельних марок) створюється більше не рекламою, а якістю продукції, сервісною підтримкою, безпосередньою роботою з клієнтами та виконанням договірних зобов'язань.

2. На рівні партнерських відносин B to B привалюють прямі особисті продажі, що пов'язано з необхідністю проведення додаткових консультацій клієнтів.

3. Якщо для рівня партнерських відносин B to C характерним є привалювання у бюджеті витрат на маркетингові комунікації, то для B to B відбувається зміщення пріоритетів комплексу маркетингу з просування на маркетингові дослідження, продукт-менеджмент, продажі.

4. На рівні партнерських відносин B to B створюються конкурентні переваги не лише за рахунок товару, а й за рахунок установлення форм довготривалого співробітництва (сервіс і умови роботи).

5. На рівні партнерських відносин B to B у просуванні головний акцент робиться не на продуктові бренди, а більшою мірою на корпоративні (репутація та імідж компанії-постачальника ототожнюється з якістю товару, і навпаки).

6. Маркетингові бюджети на рівні партнерських відносин B to B порівняно з B to C є значно меншими (до 5% від товарообігу вже вважається значною цифрою) [3].

На рівні партнерських відносин B to B спостерігається менш агресивне просування і нав'язливість реклами, у сфері маркетингових комунікацій більший акцент робиться на PR, евент-маркетинг, Інтернет-маркетинг. Важливо розуміти, що, по суті, призначення постачальників товарів і послуг на B to B-ринках – це допомагати своїм клієнтам робити їх бізнес більш успішним. Відповідно, основою ефективності відносин на рівні партнерських стосунків типу B to B є їх взаємовигідність і довгостроковість, досягнути чого без застосування маркетингових комунікацій практично нереально.

Особливості маркетингових досліджень у сфері B to B істотно різняться для підприємств промисловості та оптової торгівлі. Для підприємств оптової торгівлі основними споживачами є роздрібні продавці, які дуже гнучко реагують на зміну поведінки кінцевих покупців. Найчастіше потужні оптовики намагаються або розгорнути свою власну торговельну мережу, або побудувати партнерські (дилерські) відносини з регіональними та місцевими роздрібними торговцями, передаючи їм право самим визначати цінову, асортиментну, збутову політику. Основа їх збутової стратегії – це ефективна логістика поставок великих партій, бажано зі стабільним асортиментом. Тим не менш, оптові торгові підприємства істотно ближче до кінцевого споживача, ніж підприємства, які здійснюють виробничу діяльність.

Для більшості підприємств легкої промисловості основним споживачем є саме великі оптовики і дилери: тримати власну дистрибутивну

мережу складно організаційно й економічно. Таким чином, їх збутова стратегія базується на реалізації великих партій, стабільності продажів і регламентованій ціновій політиці. Остання переважно визначається порогом рентабельності і заданим порядком цінових знижок. Із кінцевим споживачем своєї продукції великі виробники фактично не мають постійно діючого зв'язку, якщо не враховувати активність кінцевих споживачів у соціальних мережах. Досвід роботи торгових будинків більшості великих підприємств показав, що ефективні збутові ланцюжки для них є значно важливішими й ефективнішими, ніж безпосередні продажі кінцевому споживачу. Абсолютно об'єктивно великі промислові підприємства не мають можливості організувати ефективні продажі безпосередньо кінцевому споживачеві. Побудова вертикальних інтегрованих систем збуту є тут єдино ефективним засобом. Відповідно прерогатива вибору інструментів маркетингових комунікацій за таких умов буде належати не товаровиробнику, а власнику збутової мережі.

Висновки. Отже, маркетингові комунікації відіграють дуже важливу роль у сучасному суспільстві. Вони посідають центральне місце серед засобів конкурентної боротьби. Комплексний підхід до раціонального застосування маркетингових комунікацій є основою формування стійкого іміджу підприємства. Однак для того, щоб мати змогу сформувати найбільш ефективний комплекс маркетингових комунікацій, підприємства мають використовувати інструментарій усього комплексу маркетингу в поєднанні з регулярними маркетинговими дослідженнями. Саме маркетингові дослідження мають дати відповідь на питання стосовно того, які з інструментів маркетингових комунікацій варто застосовувати підприємствам і яке співвідношення комунікативного інструментарію буде ефективним для різних рівнів партнерських відносин.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук С., Лазебник М. Ринок маркетингових комунікацій України: огляд та тенденції ринку / С. Ковальчук, М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2016. – Вип. 3. – С. 18–33.
2. Рижкова Г.А. Особливості і перспективи розвитку ринку маркетингових комунікацій в Україні / Г.А. Рижкова // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1(7). – С. 375–381.
3. Хмарська І.А. Тенденції розвитку підприємств легкої промисловості України: маркетинговий підхід / І.А. Хмарська // Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління : тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів (Київ, 14 листопада, 2014 р.). – К. : КНУДТ, 2014. – С. 79.
4. Маркетингові інновації в економіці і бізнесі : [монографія] / За заг. ред. С.В. Ковальчук. – Хмельницький : Поліграфіст-2, 2013. – 321 с.

Хмарская И. А.
Первомайский политехнический институт
Национального университета кораблестроения имени адмирала Макарова

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДЛЯ РАЗНЫХ УРОВНЕЙ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Резюме
В статье раскрыто содержание комплекса маркетинговых коммуникаций предприятия. Рассмотрено современное направление коммуникативно-информационных трендов и обоснована возможность их использования предприятиями легкой промышленности.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые коммуникации, партнерские отношения.

Khmarska I. A.
Pervomaiskyi Polytechnic Institute
National adm. Makarov University of Shipbuilding

MARKETING COMMUNICATIONS OF ENTERPRISES OFLIGHT INDUSTRY ARE FOR DIFFERENT LEVELS OFPARTNER RELATIONS

Summary
Maintenance of complex of marketing communications ofenterprise is exposed in the article; modern aspiration ofcommunicative-informative trends is considered andpossibility of their use is reasonable by the enterprises of lightindustry.

Key words: marketing, marketing communications, partner relations.

УДК 338.001.36:338.45

Чукурна О. П.
Одеський національний політехнічний університет

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто науково-методичні підходи до визначення оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств. Визначено, що вони базуються на оцінці кількісних показників або інтеграційного показнику, який включає в себе кількісні та якісні методи оцінки. Запропоновано визначати саме економічну ефективність маркетингової діяльності машинобудівних підприємств. Запропоновано методику оцінки економічної ефективності маркетингової діяльності для машинобудівних підприємства, засновану на використанні коефіцієнта окупності маркетингових вкладень.
Ключові слова: ефективність, маркетингова діяльність, машинобудівні підприємства, коефіцієнт окупності маркетингових вкладень.

Постановка проблеми. В умовах загострення конкуренції, монополізації ринку та домінування трансформації економічного базису актуальним стає визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства. За останнє десятиріччя в науково-теоретичному базисі та практичних підходах до здійснення маркетингової діяльності відбувся значний розвиток у використанні нового маркетингового інструментарію. Цьому процесу значно сприяли розвиток інформаційних технологій та поява концепції цифрового маркетингу. У контексті новітніх підходів сформувалися сучасні цифрові канали просування товарів, послуг та ідей, які потребують оцінки їх ефективності. Проте використання концепції традиційного маркетингу також не втратило своєї актуальності. У зв`язку із цим виникає необхідність розроблення та формування методики оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства за її окремими напрямами та каналами просування товарів та послуг, враховуючи специфіку ринку. Крім того, підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства повинні здійснюватися на регулярній основі для моніторингу динаміки її змін. Тим більше що підприємства машинобудівної галузі є орієнтованими на ринок B2B, і інструменти оцінки ефективності маркетингу для них мають бути практично обґрунтованим для використання на цих ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами формування методології оцінки ефективності маркетингової діяльності займається низка закордонних та вітчизняних учених, зокрема: Г. Ассель [2], Д.А. Аакер [1], К.Л. Келлер [3], М. Мак-Дональд [5], Л.В. Балабанова [6], Н.К. Мойсеєва, М.В. Конишева [7], М.А. Окландер [4; 8] та ін. Проте, згідно з результатами проведеного аналізу, у науковців-маркетологів немає єдиного підходу до трактування цього питання. Так, низка науковців уважає, що ефективність маркетингової політики щодо конкретного підприємства (галузі, групи галузей) складається з результатів удосконалення виробничо-збутової діяльності за такими основними напрямами, як: оптимальне використання потенціалу ринку, у тому числі для нового продукту; підвищення достовірності прогнозних оцінок; знаходження сегмента ринку даного товару; підвищення точності аналізу збалансованості ринку та ін. Цей підхід до оцінки ефективності маркетингової діяльності здебільшого має на меті розрахунок та аналіз показників, які враховуються під час упровадження та просування на ринок нового товару. Однак оцінити ефективність наявних маркетингових каналів просування згідно з даним підходом є складним завданням.

Л.В. Балабанова пропонує оцінювати ефективність маркетингу за такими напрямами: покупці, маркетингові інтеграції, адекватність інформації, стратегічна орієнтація, оперативна ефективність [6, с. 27]. Проте цей підхід не передбачає використання алгоритму та поетапної методики розрахунку. Крім того, показники, які пропонує автор для оцінки ефективності маркетингової діяльності, є більш якісними, ніж кількісними, та не використовують системний підхід.

Н.К. Мойсеєва та М.В. Конишева наводять показники маркетингової активності за функціями (дослідження ринку, асортиментна політика, збутова діяльність, комунікаційна діяльність) та узагальнюючі показники (прибутковості, активності стратегії) [7, с. 193–194]. Цей підхід частково враховує алгоритм розрахунку оціночного показника ефективності маркетингу, проте не пропонує методику його практичного застосування в частині розроблення шкали для якісної оцінки маркетингу та моделі розрахунку зведеного показника ефективності. Цей підхід є більш інтегрованим, але орієнтованим більше на використання якісних показників оцінки.

Підходи закордонних науковців до оцінки ефективності маркетингової діяльності значно відрізняються від українських та враховують більше кількісні показники. Наприклад, Г. Ассель пропонує оцінювати ефективність маркетингової діяльності як ефективність витрат на маркетинг. При цьому за допомогою економіко-статистичних методів досліджується залежність між витратами на маркетингову діяльність та результатом від її впровадження – обсягом продажів або прибутком [2, с. 803].

Своєю чергою, М. Мак-Дональд стверджує, що емпіричний підхід краще, ніж кількісний, заснований на статистичній перевірці вузьких дедуктивних гіпотез [5, с. 15]. Він наводить результати дослідження початку 90-х років, що проводився в Англії, деяких європейських країнах і США. Аналіз ефективності маркетингу проводився за такими напрямами: внутрішнє ставлення менеджменту компаній до маркетингу (його визначення, роль і функції); організація цієї діяльності (залучення до процесу стратегічного планування, рівень координації та інформаційного обміну між функціями маркетингу); практичне виконання функцій маркетингу (використання маркетингових досліджень, планування, участь у розробленні нових товарів і т. д.) [5, с. 17–18]. Мак-Дональд у згаданому вище дослідженні зауважує, що для того, щоб досягти бездоганного маркетингу у Великобританії, потрібні лише три речі: вдосконалення інформаційної системи; вимір і моніторинг ефективності маркетингової діяльності; інвестиції в навчання і розвиток персоналу [5, с. 32–33].

© Чукурна О. П., 2017

Ураховуючи значний внесок закордонних учених у теорію маркетингу, слід брати до уваги специфічні особливості ринків та умов здійснення маркетингової діяльності на кожному з них. Окрім того, у зв`язку з виникненням та поширенням нових інформаційних каналів просування товарів та послуг у рамках концепції цифрового маркетингу та маркетингу відносин виникає необхідність економічної оцінки ефективності маркетингової діяльності, яка повинна здійснюватися за кожним каналом просування окремо для виявлення найбільш перспективних та найменш витратних каналів.

Науковий інтерес до перспективних напрямів розвитку маркетингу проявляли багато зарубіжних дослідників (Doyle, 1992; Liu et al, 1990; Shaw & Doyl, 1991; Wong et al, 1989; Avlonitis et al, 1992; Jaworski & Kohli, 1993; Mueller-Heumann, 1993; Narver & Slater, 1990; Wink, 1992). Проте для зацікавлених осіб і широкої громадськості повідомлялися тільки результати досліджень, а не методика їх проведення, оскільки вона являє собою комерційну таємницю.

Незалежну експертизу якості маркетингу здійснює міжнародна організація Marketing Quality Assurance Ltd (MQA), яка утворена в 1990 р. Її діяльність і структура підтримуються відповідно Європейського стандарту EN 45012. MQA виконує послуги із сертифікації маркетингу компаній на відповідність систем міжнародним стандартам серії ISO 9000. Підходи, які реалізовані в стандартах BS 5750, ISO 9000, ES 29000, піддавалися критиці за те, що, незважаючи на їх позитивний вплив на якість товарів, вони мало чого досягли по відношенню до споживача. Наприклад, М. Мак-Дональд стверджує, що жоден із наявних стандартів не зачіпає потреби споживача [5]. Оцінка якості маркетингу MQA проводиться згідно із 35 стандартами, які розділені за трьома напрямами: орієнтація на споживача; ділові, маркетингові та збутові плани; відповідальність керівництва.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз наявних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності дав змогу дійти висновку, що, незважаючи на їх безліч, не існує загальноприйнятих методичних засад комплексної оцінки ефективності маркетингу. Вважаємо, що методика оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств повинна бути універсальною та доступною для практичного використання в аналітичній роботі й ураховувати економічні показники оцінки за кожним напрямом маркетингової діяльності.

Мета статті полягає у розробленні методики оцінки маркетингової діяльності підприємств машинобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із ключових питань маркетингової діяльності є питання оцінки її ефективності. Наявні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств базуються на розрахунку й аналізі динаміки показників, які характеризують прибутковість комерційної діяльності господарюючого суб'єкта та його конкурентоспроможність, а саме: частку прибутку від комерційної діяльності підприємства; обсяг відвантаженої продукції; місткість ринку; витрати служби маркетингу; коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства. Крім того, багато вчених розглядають підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності на основі інтегрального розрахунку показника конкурентоспроможності, який включає якісні та кількісні критерії оцінки. Дійсно, під час проведення оцінки ефективності маркетингу не завжди можна виразити будь-який результат тільки кількісним показником, саме тому якісні методи передбачають використання маркетингового аудиту, в ході якого здійснюється всебічний аналіз зовнішнього середовища організації, а також усіх загроз і можливостей. При цьому можна виділити дві сфери маркетингового контролю: маркетинговий контроль, орієнтований на результати, і маркетинг-аудит, тобто аналіз якісних боків діяльності організації. Своєю чергою, кількісні методи оцінки ефективності маркетингу вимагають порівняння витрат на маркетинг з отриманим валовим прибутком та відношення витрат на рекламу до обсягу продажів. У загальному вигляді ефективність маркетингової діяльності (індекс прибутковості) визначають як відношення сукупного дисконтованого прибутку, отриманого від реалізації маркетингових заходів у кожному році, до сукупних дисконтованих витрат на здійснення цих заходів. При цьому маркетингова діяльність ефективна, якщо індекс прибутковості більше ставки на капітал, неефективна – якщо менше. На нашу думку, економічна ефективність маркетингової діяльності підприємства повинна визначатися як певний ефект, отриманий від проведення маркетингових заходів, відносно до загальної суми витрат на проведення даної діяльності. У рамках цього підходу для забезпечення ефективності кожного маркетингового заходу, слід розраховувати економічний ефект окремо за кожним напрямом маркетингової діяльності. У цьому контексті метод оцінки ефективності маркетингової діяльності, заснований на використані показника ROI (Return On Investment), є найбільш обґрунтованим. Кожен маркетинговий канал просування потребує постійного відстеження коефіцієнта окупності інвестицій у маркетингову діяльність. Це необхідно для поліпшення ефективності та правильного розподілу бюджетів.

ROI (Return On Investment) – це коефіцієнт повернення інвестицій або показник рентабельності вкладень. Він у процентному співвідношенні демонструє прибутковість (за значення більше 100%) або збитковість (за значення менше 100%) конкретної суми вкладення грошових коштів у певний проект. Існує кілька формул для оцінки індексу ROI. Найпростішою та найпопулярнішою є така (1):

$$\text{ROI} = (\text{дохід - собівартість}) / / \text{сума інвестицій} * 100\% \quad (1)$$

Віднімаючи з прибутку собівартість, отримуємо кінцевий прибуток, тобто реальний прибуток. Ставлення кінцевого прибутку до суми інвестицій показує, у скільки разів він більше за суму інвестицій. Якщо отримане число менше 100, то вкладення не окупаються. Якщо до попереднього розрахунку додати період, то вийде інша формула розрахунку, яка використовується фінансистами (2):

$$\text{ROI (період)} = (\text{Сума інвестиції до кінця періоду} + \text{Дохід за обраний період - Розмір здійсненої інвестиції}) / \text{Розмір здійсненої інвестиції} \quad (2)$$

Ця формула розраховує прибутковість за період володіння активом. Застосовуючи обчислення на практиці, можна дізнатися, наскільки обсяг вкладу коштів виріс до кінця періоду, який аналізувався.

Наведені вище формули мають достатню гнучкість, тому розрахунки можна й потрібно деталізувати. Іншими словами, ROI можна розрахувати: для окремого рекламного каналу; для сукупності каналів просування; для окремого продукту; для окремої категорії товарів.

Для оцінки ефективності маркетингової діяльності за напрямами маркетингових заходів пропонуємо модифіковану формулу розрахунку ROI (3):

ROI (коефіцієнт окупності маркетингових вкладень) = = (Дохід від маркетингової діяльності − − розмір вкладень на маркетинг або рекламу) / / Розмір вкладень на маркетинг або рекламу (3)

Цей показник був розрахований у відсотках для групи підприємств машинобудування. Для оцінки та аналізу ефективності маркетингової діяльності було обрано три українських підприємства вагонобудування, два російських машинобудівних підприємства, які мають диверсифіковане виробництво, у тому числі й вагонобудування, та дві транснаціональні корпорації, у напрямах діяльності яких також є вагонобудування. Оцінка проводилася за даними фінансової звітності підприємств. Згідно з проведеними розрахунками, підприємства українського вагонобудування мають низький відсоток витрат на збут у сумі валового доходу. Відповідно, значення показника у них є досить високим. Для російських машинобудівних компаній характерним є те, що витрати на маркетингову діяльність належать до групи комерційних витрат, відносна частка яких у доході підприємства є також незначною за високих значень показника ROI. Ця тенденція цілком корелюється з українським вагонобудуванням. Для всіх підприємств, які мають високий рівень показника ROI, характерно те, що вони мають високій рівень доходу від реалізації порівняно з витратами на збут та просування продукції. Як видно з розрахунків, майже всі підприємства машинобудування мають високий показник ROI, що свідчить про високий рівень отриманого доходу відносно маркетингових зусиль. Проте найбільший рівень витрат на збут та просування у всіх підприємств спостерігається в 2013–2015 рр. Із розрахунків видно, що найвищий рівень витрат на збут і просування продукції українського машинобудування в галузі спостерігається у ПАТ «Крюківській вагонобудівний завод» та ПАТ «Азовзагальмаш». Відповідно, у цих підприємств найнижчий рівень окупності маркетингових витрат, який оцінювався за допомогою ROI. Загальною тенденцією для всіх проведених розрахунків є залежність підвищення показника ROI за зниження витрат на збут та просування.

Що стосується підприємств європейського машинобудування, які представлені в табл. 2 транснаціональними корпораціями «Алстом» та Siemens (Німеччина, ЄС), то рівень комерційних витрат у цих підприємств є значно вищим, але й показник ROI є нижчим, ніж у інших підприємств. Проте, згідно з фінансовою звітністю цих підприємств, вони не відокремлюють комерційні витрати від адміністративних і в обох цих видах витрат скриті витрати на маркетингові заходи. Крім того, міжнародні підприємства мають у своїй фінансовій звітності окрему групу витрат – на дослідження та розвиток, які враховують також витрати на маркетингові дослідження, але в нашому розрахунку вони не брали участі. Метою цього аналізу було порівняння показників рівня комерційних витрат підприємств однієї галузі різних країн світу, які є членами різних інтеграційних союзів. Водночас, наприклад, компанія «Алстом» є найбільшим світовим виробником найміцніших потягів у світі та має частку в капіталі групи компаній «Трансмашхолдінг» (Росія). Крім того, проведені дослідження показали, що іноземні підприємства машинобудування мають значні нематеріальні активи, які формуються за рахунок гудвілу та відрахувань, які приносить бренд. Проведений аналіз фінансової звітності російських машинобудівних підприємств показав, що вони враховують витрати на бренд та доходи, які він акумулює. Крім того, всі російські машинобудівні підприємства в складі комерційних витрат мають витрати на маркетингові дослідження. Такої статті витрати немає у жодного українського машинобудівного підприємства, яке досліджувалося. Своєю чергою, корпорації «Алстом» та Siemens мають значні нематеріальні активи за рахунок гудвіллу за значних відрахувань на дослідження та розвиток (табл. 2). Українські машинобудівні підприємства взагалі не мають джерел формування нематеріальних активів та їхня сума не відображена у фінансовій звітності підприємств.

Окрім того, був проведений конкурентний аналіз ринку між основними великими конкурентами на ринку машинобудування Європейського Союзу, України та Росії. Конкурентні переваги оцінювалися за основними 13 характеристиками машинобудівної продукції основних виробників ринку: ПАТ «Алтайвагон» (Росія), ПАТ «Брянський машинобудівельний завод» (Росія), ПАТ «Могилевський машинобудівельний завод» (входить до холдингу «БЕЛАЗ», Білорусь), ПАТ «Дніпровагонмаш» (входить до холдингу «ТАС», Україна), ПАТ «Рузхіммаш» (Росія), ПАТ «Уралвагонзавод» (Росія), ПАТ «Азовзагальмаш» (входить до холдингу «Азовмаш», Україна), ПАТ «Крюківський вагонобудівельний завод» (Україна), ПАТ «Стаханівський вагонобудівельний завод» (Україна),

Таблиця 1

Оцінка впливу витрат на маркетинг за допомогою показника ROI

рік	ПАТ «Азовзагальмаш» (Україна)		ПАТ «Дніпровагонмаш» (Україна)		ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод» (Україна)		ПАТ «Уралвагонмаш» (Росія)	
	ROI,%	Рівень витрат на збут в доході від реалізації	ROI,%	Рівень витрат на збут в доході від реалізації	ROI,%	Рівень витрат на збут в доході від реалізації	ROI,%	Рівень комерційних витрат на збут в доході від реалізації
2007	5408,7	1,81	3681,7	2,6	9927,1	0,99		
2008	5818,1	1,68	5674,5	1,7	15268,3	0,65		
2009	5064,7	1,93	2457,9	3,9	3435,4	2,8		
2010	2127,7	4,48	7215,6	1,3	7104,7	1,38	727,5	12,08
2011	2665,2	3,61	7309,4	1,3	6852,8	1,4	1225,4	7,5
2012	1897,8	5	7567,1	1,3	7669,4	1,3	977,9	9,3
2013	74822,8	0,13	6523,6	1,5	4653,4	2,1	848,5	10,5
2014	1054,8	8,65	1594,4	5,9	266,8	27,3	2448,2	3,9
2015	635,06	13,6	784,4	11,3	3385,5	2,8	703,1	12,4
2016	509,9	16,39	5536,7	1,7	8201,8	1,2		

(Продовження таблиці 1)

рік	Група компаній «Трансмаш-холдінг» (Росія)		Корпорація «Алстом» (Німеччина, ЄС)		Корпорація Siemens (Німеччина, ЄС)	
	ROI,%	Рівень комерційних витрат в доході від реалізації	ROI,%	Рівень комерційних та адміністративних витрат на збут в доході від реалізації	ROI,%	Рівень комерційних та адміністративних витрат на збут в доході від реалізації
2007					498,5	16,7
2008	9976,1	0,99			469,16	17,5
2009	35878,9	0,27			603,5	14,2
2010			2219,6	4,3	582,6	14,6
2011	11146,4	0,88	2114,8	4,5	613,9	14
2012	9259,8	1,06	2029,09	4,7	601,4	14,2
2013	11819,9	0,83	1998,2	4,7	545,7	15,5
2014	11479,04	0,86	2996,9	3,2	970,01	9,3
2015	20695,5	0,48	3502,6	2,8	562,9	15,08
2016	14451,6	0,68	3806,9	2,5	582,5	14,6

Джерело: розроблено автором

Таблиця 2

Нематеріальні активи іноземних машинобудівних підприємств

Рік	ПАТ «Уралвагонмаш» (Росія) Нематеріальні активи (млн. руб.)	Група компаній «Трансмашхолдінг» (Росія) Нематеріальні активи (млн. руб.)	Корпорація «Алстом» (Німеччина, ЄС) Нематеріальні активи (гудвілл) (млн. евро)	Корпорація Siemens» (Німеччина, ЄС) Нематеріальні активи (гудвілл) (млн. евро)
2010	2450	1118410	5396	15763
2011	1970	1447903	5483	15706
2012	2636	2130662	5536	17069
2013	2932	4029173	5281	17883
2014	3294	4868090	4690	1248
2015	5337	22	1366	23166
2016		4	1513	24159

Рис. 1. Розподіл конкурентів за конкурентними перевагами (%)

Джерело: розроблено автором

корпорація «Тіссен-Хеншель» (Німеччина, ЄС), корпорація «Сіменс» (Німеччина, ЄС), корпорація «Алстон Транспорт» (Німеччина, ЄС). Розподіл конкурентів за конкурентними перевагами у відсотках представлений на рис. 1.

За результатами проведеного конкурентного аналізу видно, що найбільші конкурентні переваги у європейських машинобудівних підприємств: корпорації «Тіссен-Хеншель» (41%), корпорації «Сіменс» (41%), корпорації «Алстон Транспорт» (40%). Проте українські виробники мають також вагомі показники серед тих підприємств, які аналізувалися, а саме: ПАТ «Азовзагальмаш» (16%), ПАТ «Крюківській вагонобудівельний завод» (14%). Російський ПАТ «Уралвагонзавод» посідає в розподілі п`яту позицію та 11% конкурентних переваг.

Проведений аналіз дав змогу дійти висновку, що на ринку машинобудування важливими є якісні показники для позиціювання брендів. Окрім того, два українських підприємства машинобудування є конкурентоспроможними на європейському ринку за основними якісними показниками їх продукції.

Проведені розрахунки підтверджують, що цінність бренду на ринку B2B залежить від сприйняття якості та цінності товару, а не від маркетингових зусиль на просування машинобудівної продукції на промислові ринки.

Висновки. Застосування даної методики під час розрахунків та результатів конкурентного аналізу машинобудівної галузі дало змогу дійти висновку, що цінність бренду на ринку B2B залежить від сприйняття якості та цінності товару, а не від маркетингових зусиль на просування машинобудівної продукції на промислові ринки. Перспективним напрямом цього дослідження є розроблення комплексної методики оцінки ефективності маркетингової діяльності машинобудівних підприємств, яка повинна враховувати якісні показники, за якими формуються конкурентні переваги в галузі, в поєднанні з кількісною оцінкою коефіцієнта окупності маркетингових вкладень (ROI).

Список використаних джерел:

1. Aaker D. (2003) Sozdanie silnyh brendov [Building strong brendov] Moskva: Publishing House of Grebennikov. – P. 440.
2. Assel Henry. Marketing: principles and strategy: Textbook for high schools. – Moscow: INFRA-M, 1999. – 804 p.
3. Kevin Lane Keller (2005) Strategicheskij brend-menedzment: sozdanie, ocenka i upravlenie marochnym kapitalom [Strategic brand management: creating, assessment and management of branded capital] Moskva: Publishing House «Williams». – P. 509.
4. Marketing technologies of economical economy: Monograph / Oklander M.A., Iashkina O.I., Litovchenko I.L., etc. / For ed. Oklander M.A. – Одеса : Астропринт, 2012. – 376 p.
5. McDonald M. Strategic Marketing Planning. – St. Petersburg: Peter, 2000. – 320 p.
6. Marketing management. Scientific publication / Ed. Balabanova L.V. – Donetsk: Donetsk State University of Economics, 2001. – 594 p.
7. Moiseeva N.K., Konysheva M.V. Marketing management: theory, practice, information technology: Proc. allowance / Ed. N.K. Moiseeva. – Moscow : Finance and Statistics, 2002. – 304 p.
8. Digital marketing – a model of marketing XXI century : [Monograph] / Ed. Prof. Dr.Sc. Oklander M.A. – Odesa : Astroprint, 2017. – 292 p.
9. Chukurna O.P. Brand positioning strategy on the basis of the quality of perception: different markets B2B and B2C // Economics: realities of time. Scientific Journal. – 2017. – № 1(29). – С. 135–142. Access mode : http://economics.opu.ua/files/archive/2017/n1.html.
10. Walsh K. (2000) Key indicators management. How to analyze, compare, control data defining the value of the company. – M. : Case 2000.

Чукурна А. П.
Одесский национальный политехнический университет

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме
В статье рассмотрены научно-методические подходы к определению оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий. Определено, что существующие подходы к оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятий базируются на оценке количественных показателей или интегрированного показателя, который включает в себя количественные и качественные методы оценки. Предложена методика оценки экономической эффективности маркетинговой деятельности машиностроительных предприятий, которая основана на использовании коэффициента окупаемости маркетинговых вложений.
Ключевые слова: эффективность, маркетинговая деятельность, машиностроительные предприятия, коэффициент окупаемости маркетинговых вложений.

Chukurna O. P.
Odessa National Polytechnic University

EVALUATION OF EFFICIENCY OF MARKETING ACTIVITY OF MACHINE-BULDING ENTERPRISES

Summary
The article deals with the scientific and methodical approaches to the definition of the evaluation of the effectiveness of marketing activities of enterprises. It was determined that existing approaches to assessing the effectiveness of marketing activities of enterprises are based on the assessment of quantitative indicators or integration indicator, which includes quantitative and qualitative methods of evaluation. The author proposes to determine exactly the economic efficiency of marketing activities of machine-building enterprises. The method of evaluating the economic efficiency of marketing activities for the engineering company, is based on a rate of return of marketing investments.
Key words: efficiency, marketing activity, machine-building enterprises, coefficient of return on marketing investments.

РОЗДІЛ 4
РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332:122

Маргіта Н. О.
Національний університет «Львівська політехніка»
Маргіта М. В.
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Досліджено туристично-рекреаційний потенціал регіонів України. Розраховано інтегральний показник туристично-рекреаційного потенціалу (ІПТРП) регіонів на основі таких складників, як загальноекономічні показники, показники діяльності туристичного комплексу, потенціал готельної інфраструктури, потенціал рекреаційної інфраструктури. На основі розрахунку ІПТРП запропоновано поділ регіонів України на три групи: з високим, середнім та низьким рівнями розвитку туристично-рекреаційного потенціалу.
Ключові слова: туристично-рекреаційний потенціал, інтегральний показник туристично-рекреаційного потенціалу (ІПТРП), рівень розвитку туризму та рекреації, конкурентоспроможність регіону.

Постановка проблеми. У сучасних умовах активізації процесів глобалізації та регіоналізації для вітчизняної туристично-рекреаційної галузі постають нові виклики, пов'язані з можливістю її інтеграції у світовий ринок туристичних послуг. Туристична галузь – це своєрідний каталізатор економічної діяльності, що забезпечує позитивний поштовх для розвитку споріднених галузей національного господарства, стимулює суттєвий господарський, фінансовий та соціальний ефекти.

Опосередкований внесок туризму в економіку майже дорівнює безпосередньому. Туристичний бізнес стимулює розвиток таких галузей господарства, як будівництво, транспорт, торгівля, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання, зв'язок тощо. За шкалою споживання туристичний продукт посідає третє місце після харчування та житла [1, с. 119]. Міжнародний туризм є основною статтею міжнародної торгівлі послугами. За даними Всесвітньої організації з туризму (UNWTO) [2], у 2016 р. міжнародний туризм становив 7% світового експорту товарів та послуг, при цьому його частка зростала швидшими темпами, ніж частка міжнародної торгівлі за останні п'ять років. У 2016 р. кількість туристів у світовому масштабі перевищила 1 235 млн. осіб, що сприяло зростанню міжнародних надходжень від туризму до 1 220 млрд. дол. США. Обсяг надходжень від міжнародного туризму зріс у 2,5 рази порівняно з 2000 р. Міжнародний туризм сприяв експорту 216 млрд. дол. США через послуги міжнародного пасажирського транспорту.

Важливість туристично-рекреаційної галузі для національної економіки підтверджується також значним туристично-рекреаційним потенціалом, особливо для західних областей України, адже країна має вагомі об'єктивні передумови, щоб увійти до найрозвиненіших у туристичному відношенні країн світу [3, с. 31]. Маючи вигідне геополітичне розташування, вона з давніх часів є перехрестям транспортних та людських потоків з півночі на південь та із заходу на схід. Держава володіє значним туристсько-рекреаційним потенціалом: сприятливими кліматичними умовами, переважно рівнинним ландшафтом, багатством флори і фауни, розвиненою мережею транспортних сполучень, культурно-історичними пам'ятками, широкою індустрією подорожей та туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку туристично-рекреаційної галузі, оцінки природно-рекреаційного потенціалу територій, регіональних аспектів територіальної організації рекреаційної діяльності, ефективності діяльності та конкурентоспроможності туристичного комплексу присвячено дослідження таких учених, як: М.І. Долішній, В.С. Кравців, В.П. Мікловда, Л.Т. Шевчук, О.І. Шаблій, О.І. Амоша, В.М. Василенко, М.Г. Чумаченко, А. Азар, А. Александрова, М. Біржаков, В. Євдокименко. Окремі аспекти стратегії розвитку туристично-рекреаційної індустрії в регіональному вимірі представлені також у працях [4; 5], управління ефективним використанням туристично-рекреаційного потенціалу регіону досліджено у [6; 7]. Низка дослідників також пропонує методичні підходи до оцінки інноваційного складника туристичного потенціалу регіону на основі інтегральної оцінки ресурсів [8], конкурентоспроможності туристичної сфери [9].

Виділення невиділених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на широке висвітлення питань, пов'язаних з особливостями функціонування туристично-рекреаційного комплексу, його інфраструктури, проблем та перспектив розвитку, недостатньо дослідженими залишаються питання оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України.

Мета статті полягає в оцінюванні туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України на основі інтегральної оцінки його складників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристично-рекреаційний потенціал регіону є одним з елементів забезпечення конкурентоспроможності регіону за рахунок ефективного використання його порівняльних переваг у сфері туризму та рекреації. Світовий досвід свідчить про позитивний вплив розвитку туристичної галузі на суспільно-економічний розвиток регіонів через упровадження ефективної політики у сфері туризму та рекреації, що підтримує стратегію збалансованого та сталого розвитку і внаслідок якої регіон отримує позитивні економічні, суспільні та екологічні вигоди. У науковій літературі розділяють категорії «туристичний потенціал» та «рекреаційний потенціал». Категорія «інтегральний туристичний потенціал регіону» повинна містити щонайменше три компоненти:

© Маргіта Н. О., Маргіта М. В., 2017

туристичну привабливість регіону, туристичний імідж регіону, туристичну конкурентоспроможність регіону [3, с. 33]. Обґрунтовуючи сутність поняття «конкурентоспроможність регіону», його розглядають як потенційну здатність регіону забезпечити конкурентні переваги в продуктивному використанні ресурсів та благ для поліпшення якості людського капіталу, не порушуючи економічної безпеки інших регіонів та економіки країни загалом з акцентом саме на конкурентних перевагах [1, с. 35].

Таким чином, зважаючи на особливості конкурентоспроможності як економічного поняття та з урахуванням специфіки туристичної діяльності, під конкурентоспроможністю туристичної галузі розуміємо здатність підприємств, які задіяні в процесі створення та реалізації туристичних послуг, протистояти в динамічних змінах конкуренції на внутрішньому та міжнародному ринках за ефективного використання ендогенних конкурентних переваг свого внутрішнього середовища та екзогенного впливу для максимального задоволення потреб споживачів туристичних продуктів (послуг) та одержання прибутку [9]. Обґрунтування пріоритетів та стратегічних заходів забезпечення конкурентоспроможності туристичної галузі України, повинно спиратися на комплексну оцінку конкурентоспроможності туристичної галузі з урахуванням методів оцінки конкурентоспроможності галузі на міжнародному та регіональному рівнях (рис. 1).

Оскільки поняття конкурентоспроможності регіону передбачає здатність підприємств галузі отримувати конкурентні переваги, вдало використовуючи внутрішні переваги та умови зовнішнього та внутрішнього оточення, важливим завданням постає необхідність формування оптимальної туристично-рекреаційної інфраструктури.

Інфраструктуру туризму можна розглядати як комплекс видів діяльності зі створення умов для реалізації туристських послуг. Слушним є й розуміння туристичної інфраструктури як сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів. Якщо в першому випадку акцент ставився на діяльнісному, динамічному аспекті, то в другому випадку наголошується на матеріально-технічному, статичному прояві туристичної інфраструктури [1, с. 119]. Туристична інфраструктура охоплює: туристичні ресурси, суб'єкти туристичної діяльності, туристичну індустрію, туристичні послуги, туристичний продукт.

Туристична інфраструктура – важливий елемент потенціалу туристичної галузі, що, крім показників фізичної інфраструктури, містить також інформацію про її суб'єктів, ефективність їх діяльності, умови функціонування галузі. Однак якщо говорити про туристично-рекреаційну інфраструктуру, сюди включаємо також інформацію про ресурси готельної та рекреаційної інфраструктури.

Аналіз туристично-рекреаційного потенціалу регіону ґрунтується на аналізі його складників, до яких різні автори пропонують вносити різні компоненти. Зокрема, методологія оцінки природно-рекреаційного потенціалу передбачає аналіз: економічного аспекту (розгляд ціннісної оцінки компоненти природно-ресурсного потенціалу території); екологічного аспекту (рівень раціональності використання природних ресурсів через виявлення їх прогнозних запасів і обсягів видобутку); соціологічного аспекту оцінки компонентної структури природних ресурсів (виявлення можливостей забезпечення процесів життєдіяльності населення природними ресурсами); виробничого аспекту (визначення рівня використання природно-ресурсного потенціалу території різними видами економічної діяльності з урахуванням фактору раціонального природокористування) [12]. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі заснована на аналізі групи показників, які характеризують стан природних, людських, туристичних ресурсів,

Рис. 1. Основні етапи оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі України

Джерело: [9]

сфери охорони здоров'я, соціально-економічного розвитку регіонів [9]. Інтегральна оцінка туристичного потенціалу регіону заснована на аналізі складових частин туристичного потенціалу для характеристики його сутності, серед яких – організаційна, інфраструктурна, адміністративно-законодавча, географічна, історико-культурна, продуктова, інформаційна, екологічна, інноваційна, кадрова [8].

Узагальнюючи проаналізований досвід, нами запропоновано розрахунок інтегрального показника туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України здійснювати на основі аналізу часткових складників туристично-рекреаційного потенціалу серед яких: загальноекономічні показники, показники діяльності туристичного комплексу, потенціал готельної інфраструктури, потенціал рекреаційної інфраструктури (табл. 1).

Для розрахунку інтегрального показника туристично-рекреаційного потенціалу (ІПТРП) використовувалися дані офіційної статистики за 2016 р. для загальноекономічних показників та показників діяльності туристичного комплексу [10]. Для показників потенціалу готельної та рекреаційної інфраструктури використовувалися дані за 2010 р., доступні в офіційній статистиці. У зв'язку з відсутністю в офіційній статистиці актуальних даних за 2016 р. щодо показників потенціалу готельної та рекреаційної інфраструктури, а також ураховуючи воєнні дії у Донецькій та Луганській областях, можна припустити, що статистика по готельній та рекреаційній інфраструктурі може бути значно спотворена, тому ми виключили зазначені області з розрахунку інтегрального показника туристично-рекреаційного потенціалу.

Для розрахунку інтегрального показника туристично-рекреаційного потенціалу першочергово застосуємо процедуру стандартизації показників за окремими складниками туристично-рекреаційного потенціалу за формулами 1, 2:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij}}{\delta}, \quad (1)$$

де δ – середньоквадратичне відхилення змінної x_j.

$$\delta = \sqrt{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2}, \quad (2)$$

x_i – і-й елемент вибірки;

$\bar{x}$ – середнє значення змінної х.

Після проведення процедури стандартизації кожного показника за окремими складниками та сумування стандартизованих значень у межах кожного складника отримаємо стандартизовані значення чотирьох складників туристично-рекреаційного потенціалу за регіонами України (табл. 2).

Таблиця 1

Складники туристично-рекреаційного потенціалу регіону

Складники туристично-рекреаційного потенціалу	№	Показники	Одиниці виміру
Загально-економічні показники	1.1	Індекси фізичного обсягу валового регіонального продукту	%
	1.2	Чисельність населення регіону	тис. осіб
	1.3	Капітальні інвестиції в регіоні	тис. грн.
	1.4	Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища в регіоні	тис. грн.
	1.6	Обсяги експорту в регіоні	у % до обсягу
	1.7	Обсяги імпорту в регіоні	у % до обсягу
Показники діяльності туристичного комплексу	2.1	Кількість суб'єктів туристичної діяльності України за регіонами	одиниць
	2.2	Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності за регіонами для суб'єктів туристичної діяльності – юридичних осіб	осіб
	2.3	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) для суб'єктів туристичної діяльності – юридичних осіб	тис. грн.
	2.4	Кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок у 2016 р. за регіонами для суб'єктів туристичної діяльності – юридичних осіб	шт.
	2.5	Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності за регіонами для суб'єктів туристичної діяльності – фізичних осіб – підприємців	осіб
	2.6	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних обов'язкових платежів) для суб'єктів туристичної діяльності – фізичних осіб – підприємців	тис. грн.
	2.7	Кількість реалізованих туроператорами туристичних путівок у 2016 р. за регіонами для суб'єктів туристичної діяльності – фізичних осіб – підприємців	шт.
Потенціал готельної інфраструктури	3.1	Кількість готелів та інших місць для тимчасового проживання по регіонах	одиниць
	3.2	Житлова площа номерів	тис. м^2
	3.3	Місткість готелів та інших місць для тимчасового проживання по регіонах	місць
	3.4	Коефіцієнт використання місткості готелів та інших місць для тимчасового проживання по регіонах	%
	3.5	Обслужено приїжджих у готелях та інших місцях для тимчасового проживання	осіб
	3.6	Доходи від експлуатації готелів та інших місць для тимчасового проживання без вирахування податків	тис. грн.
	3.7	Обсяги експорту послуг готелів та інших місць для тимчасового проживання по регіонах	тис. дол. США
	3.8	Середньооблікова кількість штатних працівників готелів та інших місць для тимчасового проживання по регіонах	осіб
Потенціал рекреаційної інфраструктури	4.1	Санаторно-курортні й оздоровчі заклади за регіонами	од.
	4.2	Кількість оздоровлених	осіб
	4.3	Розподіл іноземних громадян, оздоровлених у санаторно-курортних і оздоровчих закладах України за регіонами	осіб
	4.4	Середньооблікова кількість працюючих у санаторно-курортних і оздоровчих закладах	осіб

Джерело: власна розробка

Таблиця 2

Стандартизовані показники складників туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України

Регіони України	Загально-економічні показники	Показники діяльності туристичного комплексу	Потенціал готельної інфраструктури	Потенціал рекреаційної інфраструктури
Вінницька	21,72748	4,389176	6,858537	2,833142
Волинська	21,39829	3,304205	7,14287	1,621233
Дніпропетровська	31,31265	13,85136	17,99143	4,205164
Житомирська	20,68961	1,858665	5,82389	0,875985
Закарпатська	19,97442	2,455622	10,81413	3,057614
Запорізька	22,68893	6,844184	7,670769	6,896122
Івано-Франківська	20,62803	12,03741	8,295232	1,671718
Київська	32,59485	4,877267	12,83828	2,4661
Кіровоградська	21,1586	2,38343	5,868628	0,829491
Львівська	25,64097	22,75895	29,99943	12,02187
Миколаївська	23,73482	1,889464	16,75268	5,377445
Одеська	29,29097	15,54373	19,51213	14,61357
Полтавська	22,6522	3,633632	7,451357	2,164974
Рівненська	19,35596	2,355977	7,661626	0,897585
Сумська	19,33075	1,609189	5,917837	0,627773
Тернопільська	19,00174	2,069196	5,76216	0,783772
Харківська	25,62181	9,474974	15,1268	2,751676
Херсонська	19,429	8,510131	21,14488	5,422786
Хмельницька	20,48555	3,724722	9,919774	0,859182
Черкаська	20,63607	3,354329	7,493592	1,468039
Чернівецька	18,89645	3,841344	7,082812	0,346495
Чернігівська	19,94039	2,309262	8,047851	0,77295

Джерело: власні розрахунки

Після проведення процедури стандартизації розрахуємо інтегральний показник туристично-рекреаційного потенціалу регіону (ІПТРП) за формулою 3.

$$ІПТРП = \frac{\sqrt{ip1^2 + ip2^2 + ip3^2 + \ldots ipn^2}}{n}, \qquad (3)$$

де $ip1$, $ip2$, ipn – відповідно розрахункові значення окремих часткових індексів за складниками туристично-рекреаційного потенціалу.

Отримані значення інтегрального показника туристично-рекреаційного потенціалу представлено на рис. 2.

У цілому аналіз туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України свідчить про те, що не спостерігається серйозних диспропорцій серед регіонів у розвитку туристично-рекреаційної галузі (рис. 2). Цікавим є те, що лідером рейтингу виявилася Львівська область, що підтверджує факт рівномірного лідерства регіону за всіма складниками інтегрального показника зі значним потенціалом рекреаційної сфери. Неочікувано низько з оцінкою 5,76 розташувалася на 13-му місці Закарпатська область, яку багато дослідників описують як область із найкращим потенціалом бальнеологічного лікування та відпочинку. Однак під час розрахунку інтегрального показника, куди входять чотири складники, важливу роль у пониженні сумарної оцінки, очевидно, відіграли масштаби області.

Висновки. На основі проведеного аналізу доцільно розділити регіони України за рівнем розвитку туристично-рекреаційного потенціалу на три групи:

1. Регіони з високим рівнем туристично-рекреаційного потенціалу (значення ІПТРП від 11,78 до 7,4): Львівська, Одеська, Дніпропетровська, Київська, Харківська, Херсонська, Миколаївська.

2. Регіони із середнім рівнем розвитку туристично-рекреаційного потенціалу (значення ІПТРП від 6,46 до 5,71): Запорізька, Івано-Франківська, Полтавська, Вінницька, Хмельницька, Закарпатська, Волинська.

3. Регіони з низьким рівнем розвитку туристично-рекреаційного потенціалу (значення ІПТРП від 5,56 до 4,99): Черкаська, Кіровоградська, Чернігівська, Житомирська, Рівненська, Чернівецька, Сумська, Тернопільська.

Рис. 2. Інтегральний показник туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України

Джерело: власна розробка

Список використаних джерел:
1. Кривега К.В. Туристична інфраструктура: поняття та складові / К.В. Кривега // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2005. – Вип. 21. – С. 118–124.
2. UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition. World Tourism Organization (UNWTO) World Tourism Organization (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029.
3. Борисюк О.А. Туристичний маркетинг як інструмент дослідження регіонального туристичного ринку / О.А. Борисюк // Географія та туризм. – 2015. – Вип. 33. – С. 29–37.
4. Гончаренко І.В. Стратегічні напрями реалізації рекреаційного потенціалу регіону / І.В. Гончаренко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2015. – Вип. 4. – С. 13–19.
5. Савицька О.П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти / О.П. Савицька, Н.В. Савицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 68–74.
6. Мігущенко Ю.В. Механізми підвищення ефективності використання туристичного потенціалу прикордонних територій західних регіонів України / Ю.В. Мігущенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 12. – С. 143–146.
7. Скаковська С.С. Управління туристично-рекреаційним потенціалом регіону / С.С. Скаковська // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 6(2). – С. 67–70.
8. Токарчук Г.В. Інтегральний метод оцінки інноваційної складової туристичного потенціалу регіону / Г.В. Токарчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2013. – Вип. 3. – С. 89–96.
9. Мігущенко Ю.В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України / Ю.В. Мігущенко // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1.
10. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.
11. Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика / З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська. – Луцьк : Надстир'я, 2008. – 248 с.
12. Мельник О. Методика оцінки рівня туристичної привабливості регіону / О. Мельник // Регіональна економіка. – 2006. – № 1. – С. 218–236.

Маргита Н. А.
Национальный университет «Львовская политехника»
Маргита М. В.
Ужгородский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Резюме
Исследован туристско-рекреационный потенциал регионов Украины. Рассчитан интегральный показатель туристско-рекреационного потенциала (ИПТРП) регионов на основании таких составляющих, как общеэкономические показатели, показатели деятельности туристического комплекса, потенциал гостиничной инфраструктуры, потенциал рекреационной инфраструктуры. На основе расчета ИПТРП предложено разделение регионов Украины на три группы: с высоким, средним и низким уровнями развития туристско-рекреационного потенциала.
Ключевые слова: туристско-рекреационный потенциал, интегральный показатель туристско-рекреационного потенциала (ИПТРП), уровень развития туризма и рекреации, конкурентоспособность региона.

Margita N. O.
Lviv Polytechnic National University
Margita M. V.
Uzhgorod Institute of Trade and Economic
Kyiv National University of Trade and Economics

TOURIST-RECREATIONAL CAPACITY ASSESSMENT OF UKRAINIAN REGIONS ON THE BASIS OF THE INTEGRAL INDEX

Summary
The tourist-recreational capacity of Ukrainian regions is investigated. The integral index of tourist and recreational potential (IITRP) of regions is calculated on the basis of such components as general economic indicators, indicators of the tourism complex activity, the potential of hotel infrastructure, the potential of recreational infrastructure. It was suggested of Ukrainian regions division into 3 groups on the basis of IITRP calculation: regions with high, medium and low level of tourist and recreational potential development.
Key words: tourist-recreational potential, integral indicator of tourist-recreational potential (IITRP), tourism and recreation level of development, region competitiveness.

УДК 332.1:628.1

Семещук Т. В.
Національний університет водного господарства та природокористування

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ НАДХОДЖЕНЬ РЕНТНИХ ПЛАТЕЖІВ ЗА СПЕЦІАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ

У статті розглянуто основні положення справляння рентної плати за спеціальне використання води. Оцінено розмір надходжень рентних платежів за спеціальне водокористування по регіонах, виділено їхні особливості водокористування. Розраховано регіональну фіскальну віддачу спеціального водокористування.
Ключові слова: рентна плата, платність водокористування, фіскальна віддача, номінальна рентна плата, реальна рентна плата, спеціалізація регіону, регіональні особливості водокористування.

Постановка проблеми. У кожній країні за користування природними ресурсами встановлюється відповідна плата, яка здебільшого стягується через систему податків. Саме від ефективності механізму справляння, економічно обґрунтованого розміру ставок, запитів і потреб сьогодення залежить якісний стан такого життєво необхідного економічного продукту, як вода. Розв'язання проблеми встановлення справедливої вартості води на певній території дасть змогу зберегти і поліпшити стан водних об'єктів регіону та країни у цілому, які є досить забрудненими, та зберегти для майбутніх поколінь.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку водного господарства, структури, механізмів управління та оцінювання водогосподарського комплексу лежать в основі досліджень таких учених, як В.А. Голян, Т.П. Галушкіна, В.М. Мандзик, В.А. Сташук, М.А. Хвесик, О.В. Яроцька, А.В. Яцик та ін. Зокрема, у їхніх працях запропоновано перспективні напрями реформування системи управління водними ресурсами та вдосконалення механізмів регулювання водокористування.

Мета статті полягає в аналізі динаміки надходжень рентних платежів за спеціальне водокористування по Україні та регіонах, оцінці впливу спеціалізації регіону на розмір рентних платежів та виявленні проблемних напрямів водокористування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним принципом економічного регулювання використання, відтворення та охорони водних об'єктів є платність водокористування. За користування водними ресурсами в Україні, відповідно до Податкового кодексу, стягується рентна плата за спеціальне використання води. Згідно зі ст. 255 Податкового кодексу України, платниками рентної плати за спеціальне використання води є водокористувачі – суб'єкти господарювання незалежно від форми власності: юридичні особи, їх філії, відділення, представництва, інші відокремлені підрозділи без утворення юридичної особи (крім бюджетних установ), постійні представництва нерезидентів, а також фізичні особи – підприємці, які використовують воду, отриману шляхом забору води з водних об'єктів (первинні водокористувачі) та/або від первинних або інших водокористувачів (вторинні водокористувачі), та використовують воду для потреб гідроенергетики, водного транспорту і рибництва.

Рентна плата є найбільшою статтею доходів від експлуатації води, тому необхідно оцінити динаміку надходжень рентної плати за спеціальне використання води до зведеного бюджету (рис. 1).

Динаміка номінальної ренти за використання водних ресурсів за період 2011–2016 рр. досить нерівномірна, зростання розміру ренти відбувається в період 2011–2013 рр., при цьому обсяг забору води у 2011–2012 рр. був незмінний і становив 14 651 млн. м3. У 2013 р. обсяг надходжень ренти був максимальний за аналізований період – 1 474 930,1 тис. грн., при цьому забір води зменшився порівняно з попередніми роками і в 2013 р. становив 13 625 млн. м3, що на 7% менше за попередні роки, а приріст ренти становив 26% порівняно з 2011 р.

Рис. 1. Динаміка надходжень рентної плати за спеціальне використання води 2011–2016 рр.
Джерело: розраховано автором за даними Державної фіскальної служби

© Семещук Т. В., 2017

Така динаміка збільшення надходжень номінальної рентної плати за спеціальне водокористування спричинена збільшенням ставок рентної плати за забір води з поверхневих та підземних вод. У 2014–2015 рр. обсяг ренти зменшується, що пов'язано з тенденцією до зменшення забору води на 15,5% у 2014 р. порівняно з 2013 р. та ще на 15,7% у 2015 р. порівняно з 2014 р.

Розрахунок реальних надходжень рентної плати за спеціальне використання води за паритетом купівельної спроможності показав динаміку зменшення, що підтвердила побудова лінії тренда, яка має низхідний характер.

Рис. 2. Динаміка фіскальної віддачі рентної плати за спеціальне використання води 2011–2016 рр.

Джерело: розраховано автором за даними Державної фіскальної служби, статистичний збірник «Довкілля України»

При цьому також залишається проблема обліку використання і забору води. Сьогодні для споживачів, зокрема у житлово-комунальному господарстві, немає обов'язкового обліку споживання води спеціальними засобами, а існують ще радянські норми споживання води, за якими й ведеться облік. Таким чином, установити реальні обсяги споживання дуже важко. Крім того, під час обчислення ренти для житлово-комунального господарства застосовується понижуючий коефіцієнт 0,3, що не стимулює до підвищення ефективності водокористування, а підвищення тарифів відбувається у межах інфляції. Через низький рівень життя населення підвищення тарифів сприймається дуже негативно, але тут не відбувається навіть окупність послуг, вже не кажучи про розвиток та необхідну модернізацію, які ніхто не закладає у тариф. Особливо чітко це можна прослідкувати у фіскальній віддачі рентної плати за спеціальне використання води (рис. 2).

Головна роль рентної плати за спеціальне використання води – встановлення справедливої вартості користування цим благом та сплати коштів за це до бюджету, які повинні бути перерозподілені для забезпечення ефективного функціонування водогосподарського комплексу та галузі для надання якісних послуг водокористувачам та підтримки водних об'єктів у належному стані. А для цього необхідні грошові ресурси які й повинні надходити від водокористувачів у вигляді податків.

Така динаміка обсягу забору та надходжень рентних платежів свідчить про нестабільність економіки, відсутність чіткої політики тарифоутворення, збільшення ставок ренти має більше стихійний характер, а не чітке економічне обґрунтування та послідовність, тому складно здійснювати прогнозування та планування розвитку галузі, залучення інвестиційних ресурсів на короткострокові та довгострокові періоди, адже для інвестора існує безліч ризиків та невизначеності.

Територіальний показник фіскальної віддачі дає змогу згрупувати регіони у групи з високим рівнем фіскальної віддачі та низьким рівнем. Окрім того, такий розподіл більш чітко дає змогу виявити «слабкі», проблемні галузі, напрями водокористування у кожному регіоні (рис. 3).

Аналіз рівня фіскальної віддачі, надходжень податкових платежів показав нерівномірність між регіонами. Найбільшу віддачу в 2015 р. мали Закарпатська та Миколаївська області на рівні 250 грн./тис. м3 води. Виробництво харчових продуктів та напоїв, машинобудування, виробництво і розподіл електроенергії, металургійне виробництво – спеціалізація Миколаївської області, що дала можливість отримати найвищий показник в Україні. На Закарпатті найбільш розвиненим є рекреаційний комплекс завдяки природним умовам, що наділили територію джерелами мінеральних вод, термальних лікувальних вод, гірською місцевістю, які вдало використовують. Також присутні сільське господарство завдяки м'якому клімату, харчова промисловість, лісове господарство, в незначній кількості машинобудування. Очевидно, що на промислових об'єктах повною мірою здійснюється оплата, мінімальна кількість привілейованих галузей та максимально використовується наявний природний потенціал регіону.

Критично низькі показники фіскальної віддачі у 2015 р. мали Херсонська (15 грн./тис. м^3 води), Одеська (17 грн./тис. м^3), Донецька (35 грн./тис. м^3), Луганська (36 грн./тис. м^3 води) області. Можна сказати навіть, що вони безкоштовно використовують воду. Більшою мірою це є причина пільгового стягнення рентних платежів за спеціальне водокористування галузей гірничо-добувної для пилозаглушення у шахтах, що найбільш розвинені у Донецькій та Луганській областях. Щодо Одеської області, то тут функціонують одні з найбільших морських портів країни, що також мають привілейоване становище, та річковий транспорт, що курсує по Дунаю. Херсонська область не сплачує за воду, що втрачена в магістральних та міжгосподарських каналах зрошувальних систем та магістральних водогонах, що використовують для зрошення, адже тут найбільш розвинений аграрний сектор. Звідси і такий показник віддачі. Проте, певно, мало використовуються рекреаційні можливості, оскільки ці дві області розташовані на березі Чорного моря і з розвитком цього напряму могли б отримати значні вигоди.

Решта регіонів, що мають середні показники у структурі свого виробництва, мають декілька напрямів, не є вузько спеціалізованими, в більшості наявні центри харчової промисловості, хімічної, виробництва електроенергії, легкої промисловості, машинобудівної, сільського господарства та ін. Розбіжності здебільшого спричинені наявністю більш чи менш ефективних технологій водокористування,

Рис. 3. Класифікація рівня регіональної фіскальної віддачі рентної плати за спеціальне використання води

водоощадності, модернізацією виробництв, чіткістю визначення бази сплати рентних платежів, наявністю великих чи дрібних підприємств водокористувачів. Також невеликі відмінності спричинені й тим, що в різних регіонах застосовуються різні ставки залежно від джерела водозабору та басейну річок, до яких належить та чи інша область.

Також слід відзначити, що такий розподіл рентних платежів певною мірою виник унаслідок скасування рентної плати в певних напрямах діяльності:

– задоволення питних і санітарно-гігієнічних потреб населення, протипожежних потреб, потреб зовнішнього благоустрою територій міст та інших населених пунктів, пилозаглушення у шахтах і кар'єрах, наукові дослідження у галузі рисосіяння та для виробництва елітного насіння рису, втрата в магістральних та міжгосподарських каналах зрошувальних систем та магістральних водогонах; усунення шкідливої дії вод (підтоплення, засолення, заболочення, зсуву, забруднення тощо); забезпечення випуску молоді цінних промислових видів риби та інших водних живих ресурсів у водні об'єкти; морська вода, крім води з лиманів; використання садівницькими та городницькими товариствами (кооперативами); реабілітація, лікування та оздоровлення реабілітаційними установами для інвалідів та дітей-інвалідів; потреб гідроенергетики з гідроакумулюючих електростанцій, які функціонують у комплексі з гідроелектростанціями; водного і морського транспорту.

Безсумнівно, деякі напрями цілком справедливо звільняються від сплати рентних платежів для лікування, наукових досліджень, благоустрою, але, напевно, варто було б робити перегляд пільгового водокористування для тих суб'єктів господарювання, що ведуть економічну діяльність, спрямовану на одержання прибутку. Для деяких суб'єктів господарювання доцільно було б під час визначення рентних ставок враховувати показники технічної можливості та економічної рентабельності їхньої господарської діяльності.

Посилення антропогенного навантаження на поверхневі води, значне забруднення та пониження асимілюючої спроможності багатьох

поверхневих водних об'єктів України роблять актуальним пошук нових та вдосконалення наявних еколого-економічних механізмів і методологій справляння платежів за водокористування.

Крім того, необхідно розширити інструменти економічного впливу та впроваджувати важелі податкового стимулювання раціонального водокористування у кожному регіоні:

– зниження податку в разі інвестування у виробництво маловодної, водоощадної та екологічно сприятливої продукції;

– зниження податку на прибуток для інвестицій в обладнання для водоочищення, маловодних технологій, повторно-поворотних систем водокористування;

– звільнення від оподаткування земель, відведених для очищення стічних вод, водних резервуарів;

– кошти від справляння ренти спрямовувати на фінансування заходів з охорони та оздоровлення водних об'єктів;

– прогресивне нарахування збитків, заподіяних водним об'єктам місцевого значення суб'єктами господарської діяльності виходячи зі ступеня їх шкідливості;

– взаємодія регіональних органів державної фіскальної служби та органів управління водними ресурсами щодо своєчасності та повноти сплати водоресурсних платежів та екологічних зборів за скиди забруднюючих речовин у природні водні об'єкти;

– узаконити норму про надходження водоресурсних платежів у спеціальні фонди місцевих бюджетів в адміністративних районах та містах обласного підпорядкування, які відзначаються підвищеною ризикогенністю щодо виникнення паводків та повеней, а також високою рекреаційною спроможністю [2].

Максимізація надходжень водоресурсних платежів до бюджетів різного рівня залежить від диверсифікації цього виду фіскальних регуляторів з огляду на багатофункціональну спрямованість залучення водних ресурсів у господарський обіг. Варто інституціоналізувати додаткові платежі за надання водогосподарських та водних послуг, використання водних ресурсів у галузях промисловості, де існує квазірента, зумовлена впливом водного чинника. Рентний складник слід ураховувати і під час перегляду наявних нормативів плати за спеціальне водокористування, виходячи зі значної відмінності величини фіскальної віддачі забраної води в розрізі адміністративно-територіальних одиниць України. Необхідно також реалізувати й решту завдань рентної політики, які були визначені ще на початку 2000-х років В. Міщенком та Б. Данилишиним (рис. 4).

Рис. 4. Завдання вдосконалення рентної політики за версією В. Міщенка та Б. Данилишина

Джерело: [3]

Висновки. Сьогодні існує нагальна потреба в модернізації фіскальної політики, податковому стимулюванні екологічно безпечних виробництв та обмеження прямого та опосередкованого субсидування екологічно небезпечних для стимулювання їх до вдосконалення технологій та переходу на «зелену економіку». Водночас перш ніж вводити пільги з податків, необхідно чітко передбачити механізм їх реалізації, оскільки від цього залежить, наскільки ефективними вони виявляться в кінцевому підсумку та сприятимуть розвитку регіонів, відкриють невикористані можливості та максимально ефективно розкриють потенціал, даний природою.

Аналіз динаміки рентних платежів за спеціальне водокористування показав номінальне зростання за рахунок індексації, а реальний розмір платежів – динаміку зменшення. Отже, відповідна плата через досить низький рівень є неефективним регулюючим інструментом, який лише забезпечує одержання державою плати за свої природні ресурси.

Така ситуація вимагає перегляду розміру встановлених платежів, удосконалення системи нарахування та сплати. Регіональний аналіз показника фіскальної віддачі води показав нерівномірність надходжень та виявив проблемні галузі в питанні рентних платежів, спеціалізації регіону. Ними виявилися здебільшого гірничодобувна промисловість, аграрний сектор, рибне господарство, морський і річковий транспорт, комунальне господарство, діяльність яких є дуже водоємною та має податкові пільги.

Список використаних джерел:

1. Статистичний збірник «Довкілля України» 2010–2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/.
2. Фіскальне регулювання водокористування в регіоні: інституціональні засади та напрями вдосконалення / В.А. Голян, В.М. Бардась, Р.В. Бусел // Механізм регулювання економіки. – 2012. – № 1. – С. 25–37.
3. Міщенко В. Природоресурсна рента і рентна політика в Україні / В. Міщенко, Б. Данилишин // Економіка України. – 2003. – № 12. – С. 4–14.

Семещук Т. В.
Национальный университет водного хозяйства и природопользования

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСТУПЛЕНИЙ РЕНТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ЗА СПЕЦИАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ

Резюме
В статье рассмотрены основные положения взимания рентной платы за специальное использование воды. Оценен размер поступлений рентных платежей за специальное водопользование по регионам, выделены их особенности водопользования. Рассчитана региональная фискальная отдача специального водопользования.
Ключевые слова: рентная плата, платность водопользования, фискальная отдача, номинальная рентная плата, реальная рентная плата, специализация региона, региональные особенности водопользования.

Semeshchuk T. V.
National University of Water Management and Nature Resources Use

REGIONAL FEATURES OF RENT PAYMENT FEES FOR SPECIAL USE OF WATER RESOURCES

Summary
The article deals with the main provisions of the lease payment for special use of water. Estimates of receipts of rent payments for special water use by regions, their features of water use are highlighted. The regional fiscal impact of special water use is calculated.
Key words: rent, payment for water use, fiscal return, nominal rental payment, real rent, specialization of the region, regional features of water use.

РОЗДІЛ 5
ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 330.3:339.9

Приятельчук О. А.
Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СОЦІАЛЬНА РИНКОВА ЕКОНОМІКА ЯК МОДЕЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено місце соціального складника в державній системі управління сучасною змішаною економікою. Розглянуто передумови та проблеми формування, а також переваги та недоліки практичної реалізації соціально орієнтованої ринкової економіки як моделі державної системи управління.
Ключові слова: змішана економічна система, соціально орієнтована економіка, соціальна ринкова економіка, соціальне партнерство, трипаратизм, соціалізація.

Постановка проблеми. Під впливом сучасних глобалізаційних процесів відбуваються активна трансформація економічних систем, формування унікальних національних моделей соціально-економічного розвитку, перехід від традиційної класичної ринкової системи до змішаної, найчастіше – соціально орієнтованої. Сучасні виклики, загрози та тенденції трансформації глобальної економічної системи свідчать про необхідність переходу до нових моделей побудови державних управлінських систем, зорієнтованих передусім на людину – основного виробника та споживача благ, одночасно суб'єкта та об'єкта досліджуваної системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням соціального аспекту державної системи управління переймалися представники цілої низки шкіл та напрямів економічних учень, зокрема соціалісти-утопісти Ш. Фур'є та Р. Оуен, інституціоналісти Т. Веблен та Дж. Коммонс, представники ордолібералізму А. Мюллер-Армак, В. Ойкен та ін. Кінець XX – початок XXI ст. ознаменувалися зростанням уваги, приділеної соціальному аспекту в рамках міждисциплінарного дослідження економіки (А. Дітон, Е. Рот, Ж. Тіроль, М. Фрідман, Ф. фон Хайек, Л. Шеплі).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблем. Однак остаточного висновку в даній дискусії досі не знайдено, оскільки сам перебіг процесу трансформації та соціальної орієнтації національних ринкових систем досить відмінний у різних країнах і має неоднозначні процес перебігу та його результати. Дослідженню соціальної ринкової системи приділяється досить багато уваги й досі.

Мета статті полягає у дослідженні соціальної ринкової системи як моделі державного регулювання з притаманними їй характерними рисами, особливостями реалізації та специфічними результатами впровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні економічні системи включають економічні і соціальні складники. Їх розвиток передбачає трансформацію власності, механізмів регулювання економіки, проведення соціальних реформ, установлення соціального контролю над економічними процесами. Реформування національних економічних систем охоплює вивчення, розроблення та імплементацію змін щодо співвідношень категорій як типи і форми власності; економічні інтереси та їх носії; демократичні і бюрократичні методи управління; ринкові важелі саморегулювання і системи корпоративного та державного управління; економічну й соціальну ефективність. Окрім того, слід визначити роль і місце в економічній системі таких інститутів, як ринок, корпорація, держава.

У ринковій економічній системі зазвичай переважає частка приватної власності, діють закони вільного ринкового ціноутворення на засадах попиту та пропозиції; регулююча роль держави обмежується системою законотворення, тобто реалізовується описаний А. Смітом принцип «невидимої руки ринку», за яким держава здійснює функції моніторингу та контролю і за необхідності усуває певні перекоси, що виникають у процесі реалізації економіко-соціальних відносин. Така участь держави необхідна за умови неможливості повного ринкового саморегулювання і циклічності економічного розвитку, що передбачає перманентне настання кризових явищ.

На сучасному етапі світового економічного розвитку існує декілька різних станів ринкової економіки, зокрема вільна конкуренція та сучасна ринкова економіка. Стану вільної конкуренції властиві проста приватна власність, вільна конкуренція, наймана праця за умов наявності регулюючого цю сферу досконалого трудового законодавства. За сучасної ринкової економіки можуть поєднуватися різні форми власності, зокрема державна, приватні, змішана, корпоративна; держава здійснює активну регулюючу роль та забезпечує високий рівень соціальної захищеності всіх членів суспільства.

Серед основних переваг ринкової економічної системи – ефективний розподіл ресурсів, спрямованих, передусім на виробництво товарів та послуг, на які існує підвищений попит («невидима рука ринку»); свобода вибору та діяльності підприємців; сприяння підвищенню якості товарів та послуг; гнучкість та висока адаптивність до мінливого середовища; стимулювання науково-технічного прогресу. Однак дана система не позбавлена й недоліків. До таких належать: нерівномірний розподіл доходів; нестабільність розвитку, наслідком чого часто стає інфляція, безробіття, соціальне напруження; недостатнє фінансування наукових досліджень, сфери освіти та медичного забезпечення; недосконала конкуренція; активні

© Приятельчук О. А., 2017

процеси злиття та поглинання, що призводять до часткової монополізації ринку; неекономне використання природних ресурсів і т. п.

Нині найбільш поширеною є змішана форма економічної системи. Змішана економіка заснована на змішаних формах власності, існує ринок вільної конкуренції, дотримання принципу державного невтручання в економіку, одночасне існування капіталістичних тенденцій та соціалізації життя.

Одними з найбільш поширених різновидів змішаної економіки є соціально орієнтована ринкова економіка, економіка загального суспільного добробуту, соціальна економіка тощо.

Соціально орієнтована ринкова економіка (соціально-ринкова економіка) являє собою економічну систему, організовану на основі ринкового саморегулювання. За даної системи як держава, так і приватний бізнес (виробник товарів та суб'єкт надання послуг) здійснюють свою діяльність з урахуванням потреб та вподобань споживача, тобто окремого індивіда суспільства. Це має знаходити вираз у виробничо-збутовій діяльності, у рамках якої виробник здійснює пропозицію товару відповідно до структури сформованого попиту, загальних потреб суспільства та з урахуванням таких загальних потреб, як екологічність виробництва, корисність та нешкідливість виробленої продукції, формування належної культури споживання, яка б забезпечила розвиток суспільства на високому якісному рівні. Одночасно із цим виробник повинен дотримуватися норм бізнес-етики, бути законослухняним платником податків (оскільки саме від розмірів надходжень до бюджету формується структура соціальних виплат, а отже, й установлюється загальний рівень добробуту суспільства загалом), реалізовувати концепцію корпоративної соціальної відповідальності в процесі своєї діяльності, яка б гарантувала реалізацію соціальних проектів як усередині організації (дотримання норм трудового законодавства, створення належних умов праці, реалізація валеологічних та оздоровчих проектів, розвиток персоналу, додаткове страхування тощо), так і в регіонах функціонування (спонсорська допомога, реалізація соціальних проектів, проектів із розвитку регіонів, участь у забезпеченні якісного відтворення трудових ресурсів держави загалом). Держава ж, своєю чергою, активно координуючи та відіграючи ключову роль у реалізації проектів соціального спрямування в рамках загальної соціально-економічної політики держави, має розвивати почуття взаємної відповідальності всіх учасників ринку та координувати несправедливі тенденції в конкуренції, торгівлі та розподілі доходів.

Концепція соціальної ринкової економіки, як і будь-яка інша течія економічної думки, базується на низці раніше розроблених теорій та є елементом наявних концепцій, течій, напрямів та шкіл.

Базою зародження сучасної концепції соціально-ринкової економіки можна вважати теорії лібералізму, неолібералізму, ордолібералізму та німецьку концепцію німецького соціального ринкового господарства. Втім, на думку А. Мюллера-Армака, хоча соціальне ринкове господарство й тісно пов'язане з теорією неолібералізму, однак «її корні знаходяться в динамічній теорії у філософській антропології, що виникла в двадцятих під впливом інших поглядів на державу та розвиток концепції способу життя, які значною мірою заперечувалися неолібералізмом» [1, с. 58–65].

Базуючись на засадах учень А. Сміта та Д. Рікардо про свободу виробу виробника та споживача як запоруку вдалого функціонування ринкової системи, теорія лібералізму відводить провідну роль індивідуальній діяльності, зумовленій особистим інтересом. Забезпечення найбільшої свободи господарської діяльності суб'єктів має поєднуватися з чітким обмеженням ступеня державного втручання в економіку. Теоретичні постулати, проголошені прибічниками лібералізму, можна представити такими положеннями:

– ринкова система вважається найбільш ефективною системою господарювання, оскільки спроможна створити найліпші умови для економічного розвитку та зростання, за яких держава забезпечує лише умови для конкуренції;

– ринкова система здатна до саморегулювання, забезпечуючи тим самим наявність природного порядку, що, своєю чергою, формує та підтримує оптимальне співвідношення особистих та суспільних інтересів;

– свобода діяльності перешкоджає утворенню монополій та поглибленню державного втручання [2, с. 186–188].

Запропонована Мюллером-Армаром ідея соціального ринкового господарства, що передбачала поєднання ринкового господарства та соціальної справедливості, знайшла своє практичне втілення в німецькій доктрині соціальної ринкової економіки, успішна реалізація якої отримала в подальшому назву «економічне диво».

Зокрема, аргументацією нового шляху соціального ринкового господарства для післявоєнної Німеччини стали: гостра критика централізованого управління тоталітарних економічних систем поєднана з одночасною критикою ринку вільної конкуренції; виокремлення вільного ринкового механізму як особливого управлінського засобу; необхідність урахування соціального компоненту в економіці та необхідності «соціально мотивованого втручання» в неї; виокремлення окремих (цінової, структурної, житлової, соціальної, грошово-кредитної) сфер, де ринок одноосібно не здатний забезпечити необхідних суспільству результатів.

На противагу ордолібералній концепції соціально орієнтованої ринкової економіки існує ще скандинавська модель соціальної економіки. Якщо ордоліберална ринкова модель спирається на ідеї вільної конкуренції, добровільного характеру встановлення заробітної плати та інших ключових соціально-економічних параметрів, то скандинавська соціал-демократична модель надає саме державі, яка регулюється системою суспільного контролю, головні функції в соціально-економічній сфері.

Однак за сучасних умов завдяки реалізації концепцій соціального партнерства та солідарності в практичному аспекті обидві ці моделі практично тотожні. Соціалізація функціонування ринкової економічної системи реалізується завдяки злагодженій системі трипаратизму: держави, суспільства та бізнесу. Важливими завданнями держави залишаються забезпечення балансу між ринковою ефективністю та соціальною справедливістю, захист правових норм, що регулюють господарську діяльність, та одночасне забезпечення конкурентних умов. Однак рівень активності держави та її залучення до соціальної сфери в окремих країнах може відрізнятися, формуючи характерні риси окремих ринкових економічних систем [3, с. 11].

Наявні економічні системи з елементами державного регулювання неухильно призводять до скорочення економічної свободи окремо взятого індивідуума та порушують ринковий механізм ціноутворення. І лише в умовах системи соціальної ринкової економіки можливе забезпечення економічної свободи стосовно держави, підпри-

ємців та працівників. Лише соціальна ринкова економіка, що функціонує на засадах соціальної справедливості, здатна гарантувати реалізацію найкращих можливостей для всебічного економічного зростання.

Важливо зазначити, що у цьому разі соціальна справедливість означає не однаковий (рівними частинами) розподіл доходів, а справедливий (відповідно до результатів діяльності та внеску окремого індивіда) розподіл.

До ключових умов створення соціальної ринкової економіки належать:

– створення центральних адміністративно-правових органів, які під власну відповідальність здійснюють економічну та фінансову політику;

– проведення податкової реформи шляхом зниження податкового тягаря до рівня, який би стимулював особисту економічну зацікавленість у розширенні виробництва;

– реформування фінансової системи шляхом радикального зниження затрат та забезпечення бюджетної рівноваги для попередження заборгованості;

– проведення антимонопольної політики для попередження можливих зловживань владою в економіці;

– заміна недосконалої регульованої економіки соціальною ринковою економічною системою.

Соціальне ринкове господарство є визначальною основою економічної та соціальної політики, сутність якого замість визначення політики, що зберігає економічний контроль, гальмуючи вільну ініціативу в суспільства, або неконтрольований ринковий механізм, полягає у пошуку соціального рішення, яке б об'єднувало всі цілі в працюючій, реалістичній гармонії. Тобто соціально орієнтована ринкова економіка являє собою економічну суспільну систему, що забезпечує високу ефективність ринкової економіки і гарантує громадянам на цій основі максимум соціальної справедливості, забезпеченості та соціально-економічного прогресу [4, с. 170].

В основі соціальної ринкової економіки лежать свобода та відповідальність кожного індивідуума. Ринкове господарство за сприяння заснованої на боротьбі за об'єктивні результати діяльності конкуренції виключає будь-яку можливість держави до зловживання господарськими потужностями як інструментом політичної влади. За таких умов завданням державної політики є поєднання свободи, порядку, гармонії індивідуалізму та колективізму для досягнення загального добробуту. Основною метою є забезпечення кожного члена суспільства необхідним мінімумом та створення умов, за яких будь-хто за бажання та докладання власних зусиль може забезпечити себе бажаним максимумом.

Насправді соціальність властива ринковій економіці. Водночас ефективність соціальної політики держави не визначається її масштабами. Правильна соціальна політика орієнтується на підтримці позицій кожного окремого члена суспільства. Отримуючи самостійність та незалежність від протекції держави кожен має можливість збільшити наданий йому мінімальний рівень добробуту. Держава здійснює захист до моменту досягнення встановленого мінімуму. В подальшому зі зростанням рівня добробуту кожен зобов'язаний нести відповідальність за себе та свою родину особисто. Зі зростанням загального рівня добробуту суспільства зменшується кількість людей, що потребують державної підтримки та захисту, надання їм соціальних благ.

За встановлення системи соціальної ринкової економіки вирішення соціальних проблем більше не перебуває в прерогативі держави. Система соціального забезпечення стає незалежною. До того ж громадяни самостійно повинні контролювати адміністрацію органів даної системи.

Однак, як і будь-яка інша система, соціально орієнтована ринкова економіка за певних умов практичного функціонування може призвести й до низки недоліків. Зокрема, протекціонізм неефективних галузей промисловості для реалізації соціальних програм, активний захист від іноземних конкурентів вітчизняних виробників, тощо призводить у кінцевому підсумку до руйнування гармонійної системи національного господарства, зростання видатків виробництва, зменшення числа робочих місць та усунення стимулів до створення нових, зменшення реальних розмірів винагороди працівників тощо.

Для уникнення формування високозатратної економіки, неспроможної розвиватися, оскільки непомірним тягарем є видатки на реалізацію соціальних проектів, слід розвивати пріоритетні, найбільш ефективні, високо прибуткові сфери економіки, уникаючи, тим самим, необхідності існування подібних соціальних проектів.

Соціальна ринкова економіка є сформованою господарською системою, поширеною серед індустріально розвинутих країн із середини XX ст. Властивими для такої системи є високий рівень соціального та економічного добробуту громадян, а також наявність досконалої системи соціально-економічних інститутів, які спрямовують функціонування всіх елементів даної системи на реалізацію цілей соціальної справедливості, захищеності, високого рівня та якості життя. Наприклад, країни Західної Європи, пропагуючи ідеї соціальної державності, реалізують соціально-економічну політику не лише на національному, а й наднаціональному рівнях у рамках єдиної концепції ЄС.

Одним із важливих принципів сучасної організації соціально-економічної системи виступає соціальне партнерство. Сам процес пошуку компромісу між потенційно протилежними за поглядами соціальними групами свідчить про високий рівень розвитку суспільства, зокрема його політичної культури. Саме соціальне партнерство виступає механізмом інтеграції ринкових відносин до сфери соціально-економічних. Зокрема, всі учасники ринкових угод виступають завдяки дотриманню даного принципу рівноправними учасниками угоди. Таким чином, ринкові відносини реалізуються за умови дотримання соціального ефекту.

Завдяки реалізації принципу соціального партнерства через участь представників працівників у роботі спостережних рад із правом вирішального голосу під час обговорення всіх аспектів соціального захисту, зокрема питань заробітної плати, умов праці, кадрової політики, адресної соціальної допомоги, формування цільових фондів соціального захисту і т. п., принципово реалізується взаємна інтеграція ринкового та соціального в економічній, зокрема бізнесовій, сфері.

Нині змішана соціально-ринкова економічна система застосовувалася або є актуальною для цілої низки провідних промислово розвинутих країн. Соціально-економічним моделям, наявним у різних країнах, властива виражена специфіка залежно від попередніх етапів еволюції їх господарської системи, досягнутого рівня розвитку та національних традицій.

Соціально орієнтована ринкова економіка – це високоефективна економіка з розвинутим підприємництвом та ринковою інфраструктурою, дієвим державним регулюванням розподілу доходів, що могло б зацікавити бізнес до розширення та вдосконалення виробництва, а працівників – до високих рівнів продуктивності праці. Соціально орієнтована економіка гарантує одночасно високий рівень добробуту працюючих членів свідомого суспільства; належний рівень соціального забезпечення для слабо захищених верств населення – пенсіонерів, непрацюючих, інвалідів, родин із малими дітьми; ефективну охорону життя, здоров'я, прав та свобод населення загалом.

Принципово соціально орієнтована економіка ґрунтується на засадах конституційних гарантій особистих прав та свобод громадян, свободи та відповідальності підприємництва, вільного вибору професії та місця роботи, рівності всіх форм власності, гарантій її недоторканності та використання в інтересах особистості та суспільства, забезпечення взаємозв'язку добробуту працівників та результатів їх діяльності, соціальному захисті непрацездатних та інших соціально незахищених прошарків населення, соціального партнерства на засадах трипаратизму (держава, працедавці, робітники).

Висновки. Будь-яка ефективна соціальна економіка враховує та характеризується національними специфічними рисами, що відображають історію країни, традиції народу, національний менталітет, систему виховання та ставлення до солідарності, колективізму/індивідуалізму, національні особливості бізнес-культури тощо. Найвищою цінністю та метою розвитку суспільства та держави виступає людина, її права, свободи та гарантії їх реалізації. Для їх забезпечення держава створює умови для стійкого та динамічного розвитку виробництва, підвищення рівня та якості життя населення на основі розвитку нових системи економіки та технологічного способу виробництва, формування суспільства з урахуванням кроскультурних особливостей.

Список використаних джерел:

1. Мюллер-Армак А. Принципы социального рыночного хозяйства / А. Мюллер-Армак // Социальное рыночное хозяйство. – СПб. : Экономическая школа, 1999.
2. Філіпенко А.С. Теорія міжнародної економічної політики : [навч. посіб.] / А.С. Філіпенко. – Київ : Академвидав, 2013. – 216 с.
3. Кутуєв П.В. Теорія соціальних змін: сучасні соціологічні концептуалізації / П.В. Кутуєв [та ін.]. – К., 2014. – С. 135.
4. Гальчинський А.С. Політична нооекономіка начала оновленої парадигми економічних знань : [монографія] / А.С. Гальчинський. – Київ : Либідь, 2013. – 470 с.

Приятельчук Е. А.
Институт международных отношений
Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

СОЦИАЛЬНАЯ РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА КАК МОДЕЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Резюме
В статье исследовано место социальной составляющей в государственной системе управления современной смешанной экономикой. Рассмотрены предпосылки и проблемы формирования, а также преимущества и недостатки практической реализации социально ориентированной рыночной экономики как модели государственной системы управления.
Ключевые слова: смешанная экономическая система, социально ориентированная экономика, социальная рыночная экономика, социальное партнерство, трипаратизм, социализация.

Pryiatelchuk O. A.
Institute of International Relations of
Kyiv Taras Shevchenko National University

SOCIAL MARKET ECONOMY AS A MODEL OF STATE MANAGEMENT SYSTEM

Summary
The article explores the place of a social element in the state management system. The main attention is paid to the mixed type of market system with an emphasis on the social component. The preconditions and problems of formation, as well as advantages and disadvantages of the practical realization of a socially oriented market economy as a model of the state management system are considered.
Key words: mixed economic system, socially-oriented economy, social market economy, social partnership, tri-partisanship system.

РОЗДІЛ 6
ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.647/.648+339.72

Рубанов П. М.
Сумський державний університет

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МОДЕЛЕЙ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФІНАНСУВАННЯ

У статті проведено аналіз загальних показників розвитку світового ринку альтернативного онлайн-фінансування, досліджено його регіональну структуру. Встановлено регіональні особливості розвитку моделей альтернативного фінансування, проведено порівняльний аналіз альтернативного фінансування у розрізі трьох регіонів: Американського, Європейського та Азіатсько-Тихоокеанського. Надано характеристику ключових етапів становлення світового ринку альтернативного фінансування, визначено загальносвітові тенденції та перспективи його розвитку.
Ключові слова: альтернативне онлайн-фінансування, інвестиції, краудфандинг, peer-to-peer-кредитування, онлайн-платформа.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах ринок альтернативного онлайн-фінансування стає достатньо суттєвим і все більш важливим джерелом формування капіталу новостворених бізнесів, додаткового фінансування вже функціонуючих підприємств, а також залучення фінансових ресурсів фізичними особами, громадськими та іншими організаціями на найрізноманітніші цілі. Останніми роками глобальний ринок альтернативного онлайнового фінансування розвивається дуже стрімко, створюючи як нові фінансові можливості, так і забезпечуючи у певних сегментах ринку реальну конкуренцію традиційним банківським та небанківським фінансово-кредитним установам. Формування різноманітних моделей альтернативного фінансування визначається наявними специфічними умовами у різних країнах та регіонах світу, які зумовлені правовими, економічними, технологічними, суспільними і багатьма іншими факторами впливу. Разом із тим деякі із цих країнових відмінностей та специфічних характеристик моделей альтернативного фінансування, притаманних різним регіонам світу, поступово нівелюються, оскільки значна інтегрованість міжнародних фінансових ринків забезпечує швидке розповсюдження і взаємопроникнення технологій та передових підходів у фінансовій сфері, адаптацію успішного досвіду у фінансовій практиці інших країн. Детальне вивчення діючих моделей альтернативного онлайн-фінансування, дослідження їхньої специфіки і наслідків використання у різних країнах та регіонах світу мають велике значення для ефективного розвитку фінансової системи та, відповідно, стимулювання збалансованого економічного розвитку в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності, якісних характеристик, проблематики і перспектив використання альтернативного онлайн-фінансування присвячено роботи низки вітчизняних науковців, таких як І. Васильчук [1], І. Петренко [2], Ю. Петрушенко [3], О. Дудкін [3] та ін. Через новизну і наявність обмежень для цих інструментів фінансування у вітчизняних умовах автори детально зупиняються на аналізі лише окремих їх різновидів.

Усебічному дослідженню різних сегментів ринків альтернативного онлайн-фінансування як на глобальному рівні, так і в розрізі окремих країн та регіонів присвячено нещодавні роботи багатьох зарубіжних дослідників, зокрема таких як Міріам Сігал [4], співробітники Кембриджського центру альтернативних фінансів Брайан Чжан, Роберт Вардроп, Таня Циглер, Люк Дір, Ендрю Грант, Роберт Розенберг, Алексіс Луї, Пітер Бейк [5–8] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Швидкий розвиток інформаційних технологій, зростаючі потреби у фінансуванні стартап-проектів, триваючі кризові процеси у сфері традиційного фінансового посередництва сформували значний потенціал використання альтернативних моделей фінансування вітчизняного бізнесу, тому визначення перспектив використання і сприятливих умов розвитку моделей альтернативного фінансування у вітчизняних економічних умовах потребує узагальнення і детального дослідження наявного світового досвіду. Це вимагає охоплення максимально широкого за регіональною представленістю і водночас комплексного за диверсифікованістю фінансових інструментів та проведення за структурно-динамічними характеристиками системного аналізу специфіки й особливостей розвитку моделей фінансування в розрізі основних макрорегіонів світу і регіональних країн-лідерів.

Мета статті полягає в аналізі стану світового ринку альтернативного онлайн-фінансування, виявленні регіональних особливостей його функціонування, дослідженні тенденцій і перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Альтернативне онлайн-фінансування належить до нових способів доступу до фінансового забезпечення на основі онлайн-платформ без використання послуг банківських або традиційних небанківських фінансових посередників, що забезпечує безпосередню взаємодію між надавачами й отримувачами фінансових ресурсів [1, с. 59–60; 4, с. 1]. Подібні моделі альтернативного фінансування стали можливими завдяки комбінації фінансових інновацій у джерелах і способах залучення фінансових ресурсів та досягнутому рівню розвитку технологічних інновацій, які забезпечують функціонування онлайн-платформ [2, с. 36–37; 3, с. 176].

Триваючий прогрес інформаційних технологій разом зі зростанням попиту на забезпечення доступу до фінансування нестандартних (інноваційних, ризикових, із відсутністю забезпечення, соціально спрямованих тощо) проектів створили умови для подальшого розвитку моделей альтер-

© Рубанов П. М., 2017

нативного фінансування. Статистичні дані підтверджують, що світовий ринок альтернативного онлайн-фінансування протягом останніх років розвивається дуже динамічно (рис. 1). Так, загальносвітові обсяги фінансових ресурсів, залучених через моделі альтернативного фінансування, зросли у 3,4 рази в 2014 р. та у 3,7 рази в 2015 р. порівняно з показниками попередніх періодів. Таким чином, протягом 2015 р. через інструментарій ринку альтернативного онлайн-фінансування було залучено близько 145,2 млрд. доларів США.

Рис. 1. Обсяги світового ринку альтернативного онлайн-фінансування у 2013–2015 рр.

Джерело: [5–8]

Найбільші обсяги альтернативного фінансування та найвищі показники темпів приросту даного ринку в 2013–2015 рр. були характерні для Азіатсько-Тихоокеанського регіону: у 2015 р. на цей регіон припадало 102,8 млрд. доларів, або 70,8% усього світового ринку. Масштаби ринку альтернативного онлайн-фінансування в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні за 2013–2015 рр. збільшилися у 4,2–4,3 рази.

Незважаючи на щорічне зростання ємності ринку альтернативного фінансування в Американському (Панамериканському) регіоні у 1,6–2,1 рази, його питома вага в структурі світового ринку скоротилася з 38,1% у 2013 р. до 25,1% у 2015 р. Найменша частка та найнижчі показники приросту цього ринку спостерігалися у Європейському регіоні, де його частка в загальносвітовому обсязі альтернативного онлайн-фінансування протягом досліджуваного періоду скоротилася з 13,2% у 2013 р. до 4,1% у 2015 р., а темпи приросту такого фінансування скоротилися зі 121% у 2014 р. до 72% у 2015 р.

Слід відзначити, що динаміка загального розвитку світового та регіональних ринків альтернативного онлайн-фінансування здебільшого визначається трендами розвитку ринків лише трьох країн: Китаю, США та Великобританії, які, відповідно, є лідерами трьох досліджуваних макрорегіонів. На зазначені країни припадає 98% усього світового ринку альтернативного онлайн-фінансування (рис. 2). При цьому решту (2% у структурі загальносвітового ринку) забезпечують близько 20–30 країн світу, перш за все Японія, Австралія, Франція, Німеччина, Нова Зеландія, Канада та ін.

Рис. 2. Структура світового ринку альтернативного онлайн-фінансування у розрізі країн у 2015 р.

Джерело: [5–8]

Низькі показники обсягів альтернативного фінансування в абсолютній більшості країн світу, крім трьох країн-лідерів, свідчать про недостатній рівень розвитку моделей альтернативного фінансування всередині цих країнах, проте це не завжди означає відсутність легального або фактичного доступу резидентів цих країн до альтернативних фінансових джерел. В умовах глобалізованого інформаційного і фінансового середовища більшості онлайн-платформ надається можливість залучати кошти під фінансування проектів резидентами будь-яких країн.

Домінуючі країни – лідери світового ринку альтернативного фінансування фактично визначають специфіку розвитку цього ринку у відповідному регіоні. Хоча окремі інші країни можуть мати свої характерні особливості у організації і функціонуванні моделей альтернативного фінансування та відповідних онлайн-платформ, які дещо відмінні від моделей країни – лідера макрорегіону, їх незначна частка у структурі регіонального і світового ринків не створює суттєвого впливу на загальноринкові тенденції.

Основними показниками й якісними характеристиками, які дають змогу системно дослідити рівень розвитку та особливості функціонування ринку альтернативного онлайн-фінансування в кожній окремій країні, можуть бути такі:

– ступінь участі фізичних і юридичних осіб в альтернативному онлайн-фінансуванні або більш деталізовано – частка фінансових ресурсів, залучених через онлайн-платформи фізичними особами, суб'єктами малого, середнього і великого бізнесу;

– співвідношення обсягів фінансування, залучених з альтернативних та традиційних джерел за звітний період або, як варіант, частка альтернативних джерел фінансування у загальному обсязі;

– середній обсяг фінансових ресурсів, залучених за однією онлайн-угодою;

– обсяг альтернативного фінансування у розрахунку на душу населення;

– ступінь участі індивідуальних та інституційних інвесторів як надавачів фінансових ресурсів в альтернативному фінансуванні (питома вага кожного з них у загальних обсягах закумульованих фінансових ресурсів);

– частка альтернативного фінансування, яка припадає на одиницю ВВП;

– диверсифікованість наявних у країні моделей альтернативного фінансування і питома вага кожної з них у загальному обсязі фінансування;

– співвідношення обсягів ресурсів, залучених на пайовій (акціонерній) та кредитній основах;

– особливості функціонування самих peer-to-peer (P2P) платформ, їх окрема участь у наданні фінансових ресурсів (балансових позик);

– наявність і розвиненість нормативного та організаційно-інфраструктурного забезпечення функціонування онлайн-платформ та альтернативного фінансування у цілому.

Результати порівняльного аналізу наявних у світі регіональних особливостей розвитку моделей альтернативного фінансування за найбільш вагомими критеріями представлені у табл. 1.

По всіх розглянутих країнах спостерігаються два підходи до законодавчого регулювання чи встановлення обмежень у цій сфері:

– для альтернативного онлайн-фінансування формується спеціальна правова база (переважно в країнах із розвиненим альтернативним фінансуванням);

– використовуються загальні нормативні документи, що регламентують функціонування фінансового ринку.

У цілому, характеризуючи особливості альтернативного фінансування в різних країнах та регіонах світу за вищенаведеними показниками, можна відзначити такі закономірності. Як у країнах-лідерах, так і в більшості інших країн світу найбільшим попитом альтернативне фінансування користується серед фізичних осіб. Наприклад, у Китаї, Великобританії та інших країнах Європейського регіону близько 60–70% обсягів альтернативного фінансування отримують фізичні особи, у США – близько 75–80%. Переважання фінансування бізнесу в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, крім Китаю, зумовлене поширеністю у них таких моделей фінансування, як балансові позики для бізнесу та фінансування дебіторської заборгованості.

Для різних регіонів та країн світу характерна наявність суттєвих відмінностей щодо структури надавачів фінансових ресурсів, а саме в розрізі індивідуальних та інституційних інвесторів. Так, у Європейському регіоні, перш за все у Великобританії, високою є онлайн-інвестиційна активність фізичних осіб. У США, навпаки, основна частка фінансових ресурсів надходить від інституційних інвесторів, оскільки інвестиційні, венчурні та інші фонди розглядають моделі альтернативного фінансування як вигідний та перспективний напрям вкладення тієї частини своїх коштів, які формують ризиковий складник інвестиційного портфеля. Цьому сприяють велика ємність і розвиненість фінансового ринку США, значні можливості з диверсифікації ризиків у великих інституційних інвесторів.

За співвідношенням обсягів фінансування, залученого на пайових, кредитних та інших засадах, абсолютна перевага в усіх регіонах світу належить кредитуванню. При цьому peer-to-peer-позики в структурі моделей альтернативного фінансування займають домінуючі позиції в усіх досліджених регіонах, окрім країн Американського регіону (за винятком США). Найбільш критична ситуація щодо peer-to-peer-позик склалася у Китаї, де вони забезпечують близько 96% обсягів усього альтернативного фінансування. У результаті виникнення великої кількості онлайн-платформ для залучення фінансових ресурсів на кредитній основі під незабезпечені позики фізичним особам та бізнесу спостерігаються суттєве зростання частки неповернених позик і закриття майже половини з функціонуючих платформ.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз регіональних особливостей розвитку моделей альтернативного фінансування

Критерій порівняння		Азіатсько-Тихоокеанський регіон	Американський регіон	Європейський регіон
Ступінь використання альтернативного фінансування фізичними (ФО) та юридичними (ЮО) особами		У Китаї капітал залучають переважно ФО, але за 2013–2015 рр. їх частка скоротилася з 73% до 56%. В інших країнах переважає фінансування бізнесу (60–70%)	Основні одержувачі капіталу – ФО (у США близько 75–80%, в інших країнах – близько 67%). Зростає частка ФО в обсягах отриманого фінансування	У всіх країнах переважно фінансуються ФО (60–70%), але їх частка зростає лише у Великобританії; в інших країнах зростає частка ЮО (53% у 2015 р.)
Ступінь участі індивідуальних та інституційних інвесторів		Роль інституційних інвесторів є найменшою у Китаї (у 2015 р. вони найбільше (на 46%) фінансували дебіторську заборгованість). В інших країнах їх вплив є суттєвим (наприклад, частка у балансовому кредитуванні бізнесу – 88%, у фінансуванні дебіторської заборгованості – 79%)	У США частка інституційних інвесторів – понад 50% для більшості моделей (балансові позики для ФО – 99%, для бізнесу – 94%, фінансування дебіторської заборгованості – 83%). В інших країнах їх участь є вагомою лише в peer-to-peer та балансових позиках для ФО (50-55%)	Частка фінансування інституційними інвесторами незначна (у Великобританії – від 8% в акціонерному краудфандингу до 32% в peer-to-peer-позиках для ФО); в інших країнах їх частка зросла від 24% у 2013 р. до 44% у 2015 р., розподіл фінансування за моделями є рівномірним
Характер участі онлайн-платформ (організаторів)		Онлайн-платформи використовуються для надання балансових позик бізнесу (у Китаї незначну частку мають балансові позики для ФО)	Онлайн-платформи беруть активну участь у кредитуванні фізичних і юридичних осіб (балансові позики)	Онлайн-платформи виконують виключно організаційні функції, балансових позик не надають
Основні моделі, що використовуються для залучення капіталу		Домінують peer-to-peer споживчі та бізнес-позики. В інших країнах, окрім КНР, значними є балансові позики для бізнесу, краудфандинг із нефінансовою винагородою та з 2015 р. – фінансування дебіторської заборгованості	У США суттєво переважають peer-to-peer споживчі позики, в інших країнах регіону до 2015 р. найбільшу питому вагу мав краудфандинг із нефінансовою винагородою, у 2015 р. – краудфандинг із відсутністю винагороди	Моделями, що мають найбільшу частку, є peer-to-peer споживчі та бізнес-позики. В інших країнах регіону, крім Великобританії, поширені акціонерний краудфандинг та краудфандинг із нефінансовою винагородою
Лідери регіону		**Китай**	**США**	**Великобританія**
Приклади платформ	Позики	Paipaidai, Dianrong, Lufax, Yirendai, Renrendai, WeLab, Good Return	Lending Club, Lending Tree, Prosper, CAN Capital, Kabbage, OnDeck, SoFi, Kiva	Zopa, LendUp, RateSetter, Crowd for Angels, Lend With Care, rebuildingsociety
	Участь у капіталі	AngelCrunch, CTQuan, Fundakiwi, Fundator, OfferBoard, ASSOB	SeedInvest, WeFunder, MicroVentures, AngelMD, ScienceVest	CrowdCube, Seedrs, GrowthFunders, Ethex, Crowdfunder, SparkUp
	Нефінансова винагорода та благодійність	DemoHour, Fundator, ZhongChou, OzCrowd, Kaistart, WPMU DEV	Indiegogo, Kickstarter, GoFundMe, AngelList, YouCaring	JustGiving, Ulule, Goteo, TechnoFunding, KissKissBankBank

Джерело: складено за даними [5–10]

Така кризова ситуація і малоконтрольований вивід капіталу призвели до впровадження у Китаї з боку держави обмежувальних регуляторних заходів щодо функціонування онлайн-платформ.

Окрім виконання посередницьких функцій, онлайн-платформи в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону можуть виступати в ролі безпосереднього надавача фінансових ресурсів (тобто як кредитори), через фінансування так званих «балансових позик». Подібна практика отримала поширення і в деяких інших країнах, зокрема в США (14% від обсягу фінансування у 2015 р.) та інших країнах Американського регіону (24% у 2015 р.). Серед інших регіональних особливостей варто відзначити використання моделі фінансування дебіторської заборгованості (альтернатива факторингу), яка виникла і дістала найбільшого поширення у Великобританії та інших країнах Європейського регіону, а також почала використовуватися у країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону (становивши близько 10% у структурі в 2015 р.). Більш детально структура моделей альтернативного онлайн-фінансування за макрорегіонами світу наведена на рис. 3.

Швидкі темпи розвитку альтернативного онлайн-фінансування зумовлюють необхідність запровадження або трансформації відповідного нормативного забезпечення, яке регламентує здійснення такої діяльності. У країнах, де моделі альтернативного фінансування досягли найбільшого рівня розвитку, зокрема у Великобританії, США та Китаї, вже впроваджені в дію спеціальні нормативні документи, що здешевлюють і пришвидшують вихід інвесторів на цей ринок і, відповідно, значно збільшують кількість учасників і загальну капіталоємність цього сегменту фінансового ринку. Так, у Великобританії peer-to-peer-позики для фізичних осіб і бізнесу звільнені від оподаткування. Це стимулює використання peer-to-peer-платформ для здійснення прямих інвестицій, фінансово-кредитної підтримки малого і середнього бізнесу. У США зміни в нормативному регулюванні стосувалися спрощення доступу неакредитованих інвесторів для надання позик юридичним особам через онлайн-платформи. В інших країнах, де обсяги альтернативного фінансування та кількість онлайн-платформ є незначними, суб'єкти економіки керуються чинними нормативними документами у фінансовій сфері.

Рис. 3. Поширеність моделей альтернативного онлайн-фінансування у 2015 р. за регіонами світу

Джерело: [5–8]

У рамках проведеного аналізу регіональних особливостей розвитку моделей альтернативного фінансування й ураховуючи експоненціальну динаміку зростання цього ринку (рис. 1), необхідно зазначити, що наведені дані і виокремлені переважаючі якісні характеристики (табл. 1) не є сталими. Моделі і ринки альтернативного фінансування під впливом ринкових і регулюючих факторів постійно трансформуються. Зокрема, змінюються структура моделей фінансування, співвідношення індивідуальних та інституційних капіталодавців, співвідношення фізичних та юридичних осіб серед капіталоодержувачів, роль та функції онлайн-платформ, цілі залучення коштів тощо. Крім того, на етапі виникнення і становлення ринку альтернативного фінансування йому, що цілком закономірно, приділялося замало уваги як із боку традиційних фінансових посередників (банків, страхових компаній, інвестиційних фондів), так і з боку органів державного регулювання та нагляду. На нерозвиненому і малому за розмірами ринку серед учасників (надавачів і отримувачів фінансових ресурсів) переважали фізичні особи (рис. 4).

Досягнення глобальним ринком альтернативного фінансування значних масштабів ставить нові завдання перед органами державного регулювання, зокрема необхідність формування спеціального нормативного забезпечення для упорядкування функціонування даного ринку у взаємодії з національною економікою і світовим фінансовим середовищем, гарантування захисту інтересів держави і інвесторів тощо. Крім того, здійснення значних обсягів фінансових операцій через онлайн-платформи підвищує їх уразливість як до фінансових шахрайств і нелегальних операцій, так і до кібератак, тому умовою ефективного функціонування ринку альтернативного фінансування і збільшення обсягів залучених від інвесторів коштів є забезпечення захисту інформації, моніторинг трансфертних операцій та перевірка учасників ринку.

Глобалізованість і широка диверсифікованість ринку альтернативного фінансування, його швидке щорічне зростання роблять його привабливим для інституційних інвесторів. Банки, інвестиційні фонди та інші фінансово-кредитні установи починають розглядати онлайн-платформи як вигідний та перспективний напрям вкладення коштів, новий інструмент реалізації своєї збалансованої за ризиками і дохідністю кредитно-інвестиційної діяльності. З іншого боку, зростання питомої ваги інституційних інвесторів на ринку альтернативного фінансування суттєво розширює його фінансову спроможність і ліквідність. Водночас це змінює умови і критерії відбору проектів для фінансування. Якщо фізичні особи під час вибору об'єктів вкладення коштів часто керуються переважно особистими пріоритетами, зокрема суб'єктивною зацікавленістю у конкретному проекті, то інституційні інвестори оцінюють фінансову привабливість проектів за цільовими показниками прибутковості, ліквідності і ризику. Таким чином, подальше зростання впливу інституційних інвесторів на ринку альтернативного фінансування може призвести до зміни критеріїв оцінки

кредитоспроможності онлайн-позичальників та встановлення більш жорстких вимог, зокрема під час peer-to-peer-кредитування.

Висновки. Масштаби та поточна динаміка розвитку сучасного ринку альтернативного онлайн-фінансування дають змогу вважати його вже достатньо конкурентоспроможним порівняно з традиційними сферами діяльності інституційних учасників фінансового ринку (банківських та небанківських фінансово-кредитних установ). Особливо значимою частка альтернативного фінансування у загальній структурі позикових джерел фінансових ресурсів є в Китаї, США та Великобританії, які виступають абсолютними лідерами в альтернативному онлайн-фінансуванні відповідно у Азіатсько-Тихоокеанському, Американському та Європейському регіонах. Кожен із зазначених регіонів має свої особливості розвитку альтернативного фінансування, пов'язані з використовуваними моделями фінансування, ступенем залученості фізичних та юридичних осіб як позичальників, активністю індивідуальних та інституційних інвесторів, виконуваними функціями онлайн-платформ тощо. Основними загальносвітовими тенденціями розвитку індустрії альтернативного онлайн-фінансування на поточному етапі є: зростання присутності і впливовості інституційних інвесторів на онлайн-платформах; зростання диференційованості учасників, їх цілей та використовуваних моделей альтернативного фінансування, відповідна сегментація цього ринку; формування та поступове вдосконалення нормативного забезпечення функціонування онлайн-платформ, здійснюваних з їх використанням операцій. Перспективи розширення доступу вітчизняного бізнесу до такого фінансування полягають як у використанні можливостей достатньо розвиненого і капіталізованого світового ринку, так і у формуванні сприятливих умов для створення вітчизняних онлайн-платформ.

Рис. 4. Загальносвітові тенденції та перспективи альтернативного фінансування на різних етапах його розвитку

Джерело: [5–8]

Список використаних джерел:

1. Васильчук І. Краудфандінг і краудінвестінг як фінансові інновації / І. Васильчук // Ринок цінних паперів України. – 2013. – № 11–12. – С. 59–67 Електронний ресурс. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/rcpu_2013_11-12_8.pdf.
2. Петренко І.П. P2P-кредитування як новітній метод фінансування інвестиційних проектів / І.П. Петренко // Научные труды SWorld. – 2015. – Т. 9. – Вып. 3(40). – С. 35–40 Електронний ресурс. – Режим доступу : http://www.sworld.com.ua/ntsw/315-9.pdf.
3. Петрушенко Ю.М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю.М. Петрушенко, О.В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 172–182 Електронний ресурс. – Режим доступу : https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/34343/1/Petrushenko_finansuvannia.pdf.
4. Segal M. What is Alternative Finance? / Miriam Segal // U.S. Small Business Administration; Economic Research Series. – September 2016. – Access mode : https://www.sba.gov/sites/default/files/advocacy/What-Is-Alt-Fi.pdf.
5. Wardrop R. Breaking New Ground: The Americas alternative finance benchmarking report / Robert Wardrop, Robert Rosenberg, Bryan Zhang, Tania Ziegler and others // Cambridge Centre for Alternative Finance. – April 2016. – 80 p. – Access mode : www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-americas-alternative-finance-benchmarking-report.pdf.
6. Zhang B. Harnessing Potential: The Asia-Pacific alternative finance benchmarking report / Bryan Zhang, Luke Deer, Robert Wardrop, Andrew Grant and others // Cambridge Centre for Alternative Finance. – March 2016 – 96 p. – Access mode : https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/harnessing-potential.pdf.
7. Zhang B. Pushing Boundaries: The 2015 UK Alternative Finance Industry Report / Bryan Zhang, Peter Baeck, Tania Ziegler, Jonathan Bone and Kieran Garvey. – February 2016. – 56 p. – Access mode : www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2015-uk-alternative-finance-industry-report.pdf.
8. Zhang B. Sustaining momentum: the 2nd European alternative finance industry report / Bryan Zhang, Robert Wardrop, Tania Ziegler, Alexis Lui and others // Cambridge Centre for Alternative Finance. – September 2016. – 84 p. – Access mode : www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/ downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf.
9. Crowdfunding platforms for Research and Innovation // Crowdfunding4Innovation [Electronic resource]. – Access mode : http://crowdfunding4innovation.eu/platforms.
10. Crowdfunding Sites // CrowdsUnite [Electronic resource]. – Access mode : http://crowdsunite.com/crowdfunding-sites/.

Рубанов П. М.
Сумский государственный университет

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МОДЕЛЕЙ АЛЬТЕРНАТИВНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Резюме
В статье проведен анализ общих показателей развития мирового рынка альтернативного онлайн-финансирования, исследована его региональная структура. Установлены региональные особенности развития моделей альтернативного финансирования, проведен сравнительный анализ альтернативного финансирования в разрезе трех регионов: Американского, Европейского и Азиатско-Тихоокеанского. Представлена характеристика ключевых этапов становления мирового рынка альтернативного финансирования, определены общемировые тенденции и перспективы его развития.
Ключевые слова: альтернативное онлайн-финансирование, инвестиции, краудфандинг, peer-to-peer-кредитование, онлайн-платформа.

Rubanov P. M.
Sumy State University

REGIONAL FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF ALTERNATIVE FINANCE MODELS

Summary
In the article the general indicators of the development of the world market of alternative online finance are analyzed, regional structure of the market is researched. The regional specificities of the development of alternative finance models are determined, a comparative analysis of alternative finance models is conducted in the context of three regions – the Americas, European and Asia-Pacific. The characteristic of the key stages of formation of the world market of alternative finance is presented, global trends and prospects of its development are determined.
Key words: online alternative finance, investments, crowdfunding, peer-to-peer lending, online platform.

УДК 336.7

Федишин М. П.
Лисенко Н. А.
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ВАЛЮТНОЇ ПОЛІТИКИ

Розглянуто сутність та види інструментів реалізації валютної політики. Проаналізовано економічні інструменти реалізації валютної політики НБУ. Досліджено динаміку офіційного валютного курсу гривні щодо основних валют. Проведено оцінку адекватності обсягу офіційних міжнародних резервів. Визначено, що найбільш дієвим економічним інструментом впливу на валютний курс в Україні є девізна політика.
Ключові слова: валютна політика, інструменти валютної політики, валютний курс, валютні інтервенції, золотовалютні резерви, девізна політика.

Постановка проблеми. Стабільне функціонування та розвиток фінансової системи є необхідними умовами реалізації макроекономічних цілей.

Валютна політика як невід'ємний складник макроекономічної політики держави має характерні завдання, які визначають її роль саме в регулюванні валютної сфери фінансової системи. Реалізація цих завдань у кожній країні забезпечується практичним використанням центральним банком певної сукупності інструментів.

Інструменти регулювання валютних відносин зазвичай використовуються як засоби реалізації пріоритетів валютної політики. Саме тому актуальним залишається дослідження інструментів реалізації валютної політики в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблематики валютної політики займалося широке коло науковців, серед яких варто назвати О.І. Береславську, О.В. Дзюблюка, Ф.О. Журавку, Л.М. Красавіну, Г.В. Мироненка, А.М. Мороза, А.М. Суторміну.

У своїх працях вони досліджували питання суті, ролі, місця валютної політики та інструментів її реалізації в державному регулюванні.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Поряд із цим у працях перелічених науковців, а також у дослідженнях інших учених, присвячених зазначеній проблематиці, недостатньо оцінено тенденції реалізації економічних інструментів валютної політики в динамічних умовах впливу зовнішнього середовища.

Мета статті полягає у визначенні сутності, особливостей реалізації інструментів валютної політики та адекватності їх застосування Національним банком України в системі валютного регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес реалізації валютної політики у кожній країні забезпечується практичним використанням центральним банком певної сукупності інструментів. Інструменти регулювання валютних відносин зазвичай використовуються як засоби реалізації пріоритетів валютної політики.

Інструменти реалізації валютної політики – це сукупність заходів, за допомогою яких центральний банк здійснює вплив на ті макроекономічні параметри, що є проміжними цілями грошово-кредитної політики [1, с. 17].

© Федишин М. П., Лисенко Н. А., 2017

Найвдалішим, на думку багатьох авторів [2, с. 47; 3, с. 15], є розподіл інструментів (прибічниками якого є, зокрема, О.В. Дзюблюк, Ф.О. Журавка [4, с. 291]) на загальні, які є спільними для грошово-кредитної і валютної політики, та спеціальні інструменти, які, своєю чергою, поділяються на економічні та адміністративні інструменти, до яких передусім належать валютні обмеження.

Загальні інструменти включають: дисконтну політику, політику обов'язкових резервів, політику відкритого ринку.

Спеціальні інструменти реалізації валютної політики поділяються на дві основні групи: економічні та адміністративні.

Адміністративні інструменти реалізації валютної політики характеризуються застосуванням різного роду правових норм та обмежень.

До економічних інструментів належать: регулювання режиму валютного курсу, диверсифікація валютних резервів, девізна політика, девальвація і ревальвація валют.

Управління режимом валютного курсу – це інструмент валютної політики, що передбачає визначення порядку встановлення і зміни курсового співвідношення валют різних країн [1, с. 21].

Цілі щодо валютного курсу та інших аспектів валютно-курсової політики визначаються в Основних засадах грошово-кредитної політики на відповідний рік.

Головною метою грошово-кредитної політики є забезпечення стабільності грошової одиниці України, яка є одним із головних чинників досягнення стратегічних цілей економічного розвитку України. Динаміка обмінного курсу гривні має значний вплив на процес досягнення монетарних цілей, а тому рівень обмінного курсу гривні є одним із найважливіших показників, що впливає на прийняття регулятивних рішень НБУ. Проаналізуємо динаміку офіційного валютного курсу гривні до долара США, євро та російського рубля протягом останніх років (рис. 1).

У 2012–2013 рр., відповідно до умов Меморандуму про економічну та фінансову політику в рамках спільної з МВФ програми «Стенд-бай», НБУ встановлював офіційний курс гривні до долара США на рівні середньозваженого курсу продавців та покупців, що склався на валютному ринку, з можливим відхиленням ±2% [6, с. 33].

Так, офіційний курс гривні майже не змінювався та, знизившись на 0,4% відносно січня, становив 7,993 грн./дол. США станом на грудень 2012 р. У 2013 р. офіційний курс гривні відносно долара США не змінився.

Як видно з даних рис. 1, офіційні курси гривні відносно євро та рубля здійснювали незначні коливання і станом на грудень 2013 р. становили 10,94 грн. за євро та 2,43 грн. за 10 руб.

У 2014 р. валютний курс формувався під впливом складної політичної ситуації в країні та розгортання воєнного конфлікту в східних її областях. На початку року НБУ вирішив увести плаваючий режим валютного курсоутворення. З перших місяців курс почав стрімко падати, і в результаті за 2014 р. гривня за офіційним курсом знецінилася на 97,3% [7, с. 42].

Динаміка курсу гривні до інших світових валют віддзеркалювала кон'юнктуру міжнародних ринків, у зв'язку з чим гривня за офіційним курсом за рік знецінилася відносно євро на 74,2%. Початок 2015 р. відзначився панічними настроями населення та бізнесу, що призвело до ще більшого знецінення: вже в лютому 2015 р. офіційний курс становив 24,480 грн. за 1 дол. США. Для стабілізації курсу НБУ посилив адміністративні обмеження, які діяли з 2014 р. Так, обмінний курс гривні стабілізувався та коливався у межах досить вузького діапазону – 20,5–22,6 грн за дол. США. Вже з другої половини 2015 р. НБУ розпочав поступове пом'якшення тимчасових валютних обмежень та взяв курс на валютну лібералізацію [8, с. 55].

За підсумками 2015 р. станом на грудень офіційний обмінний курс гривні знизився на 48%, до 23,4 грн. за дол. США, на 37,2%, до 25,4 грн. за євро, та на 28,8%, до 3,37 грн. за 10 руб., порівняно із січнем.

Валютно-курсова політика в 2016 р. реалізовувалася відповідно до Постанови НБУ від 18 серпня 2015 р. «Про основні засади грошово-кредитної політики на 2016–2020 роки», згідно з якою Національний банк обрав режим плаваючого обмінного курсу [9].

За підсумками грудня 2016 р. офіційний обмінний курс гривні до долара США знизився на 8%, до євро – на 4,6%, до рубля – на 34,5% відносно січня.

На початку 2017 ро. ку обмінний курс гривні перебував під девальваційним тиском через вплив ситуативних та сезонних факторів. Проте в подальшому ситуація дещо стабілізувалася, і станом на вересень 2017 р. офіційний курс становив 26,11 грн. за дол. США. Офіційний курс євро у цей період показував висхідну тенденцію та збільшився порівняно із січнем поточного року на 7,9% та становив 31,1 грн. за євро станом на вересень. Офіційний курс гривні до російського рубля показав невелике відхилення та станом на вересень становив 4,52 грн. за 10 руб.

Рис. 1. Динаміка офіційного валютного курсу гривні щодо основних валют (середній курс за період)

Джерело: узагальнено авторами за даними [5]

Рис. 2. Динаміка обсягу офіційних резервів України в 2012–2017 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

Рис. 3. Оцінка міжнародних резервів України за критеріями адекватності міжнародних резервів у 2012–2016 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [5; 10]

Отже, 2012–2013 рр. характеризуються відносно стабільною динамікою валютного курсу. З переходом до плаваючого режиму курсоутворення в 2014 р. валютний курс почав знижуватися, що спричинило введення адміністративних обмежень. Така тенденція зберігалася в 2015–2017 рр.

Девальвацію та ревальвацію національної валюти НБУ не використовував як інструмент валютного регулювання у 2012–2017 рр. Диверсифікація валютних резервів як економічний інструмент реалізації валютної політики передбачає управління структурою офіційних валютних резервів шляхом включення до їхнього складу іноземних валют різних країн. Доцільним є дослідження динаміки зміни обсягів золотовалютних резервів України (рис. 2).

Як видно з рис. 2, у період 2012–2014 рр. спостерігається спадна тенденція обсягів офіційних резервів України. У 2012 р. їхній обсяг становив 24,5 млрд. дол. США і зменшився порівняно з попереднім роком на 7,3 млрд. дол. США, або на 22,8%.

У 2013 р. золотовалютні резерви зменшилися на 4,1 млрд. дол. США, або на 16,8% порівняно з попереднім роком.

У 2014 р. обсяг міжнародних резервів досягнув найнижчої позначки і становив 7,5 млрд. дол. США, зменшившись за рік на 12,9 млрд. дол. США, або на 63,1%.

Дані рис. 2 свідчать, що в 2015–2017 рр. обсяги золотовалютних резервів почали зростати. Так, у 2015 р. їх приріст становив 76,5%. У 2016 р. приріст становив 16,8%, і на кінець року обсяг резервів становив 15,5 млрд. дол. США.

Для оцінки адекватності обсягів резервів використовується система показників, запропонована МВФ та Світовим банком: критерій покриття імпорту, мінімальним значенням якого вважається три місяці; критерій покриття короткострокового боргу країни, яке показує здатність економіки розрахуватися за поточними зовнішніми зобов'язаннями власним коштом; критерій забезпеченості грошової маси валютними резервами, який розраховується як відношення міжнародних резервів держави, переведених у гривню за офіційним курсом НБУ до грошового агрегату М2 [11, с. 332].

З рис. 3 видно, що критерій покриття імпорту задовольняється лише в 2012, 2015 та 2016 рр. Нормальним значенням критерію покриття короткострокового боргу країни є 100%, проте в Україні в 2012–2014 рр. він показував тенденцію до зниження, передусім через зменшення золотовалютних резервів.

Станом на кінець 2016 р. резервів вистачало на погашення лише 33% боргу.

Невідповідність резервам грошової маси не є критичною, проте зменшення цього показника у 2012–2014 рр. за низьких темпів економічного зростання потребувало вжиття заходів зі зростання обсягу золотовалютних резервів та стабілізації економічної ситуації в країні. Отже, обсяг золотовалютних резервів задовольняється лише за одним з трьох критеріїв, що свідчить про їх недостатній розмір. Проте позитивною ситуацією є зростаюча динаміка показників у 2014–2016 рр.

Рис. 4. Динаміка валютних інтервенцій Національного банку України в 2012–2017 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [10]

Девізна політика – це інструмент валютної політики, який проводиться у формі валютних інтервенцій – регулювання курсу національної валюти через операції з купівлі-продажу іноземних валют.

Політику присутності центрального банку на міжбанківському валютному ринку визначає Стратегія валютних інтервенцій на 2016–2020 рр., відповідно до якої метою валютних інтервенцій є вплив на курс національної валюти щодо іноземних валют і на загальний попит та пропозицію грошей в Україні [12].

Проаналізуємо динаміку валютних інтервенцій за 2012–2017 рр. (рис. 4).

Національний банк України впродовж 2012 р. здійснював операції як із продажу, так і з купівлі іноземної валюти, а сальдо валютних інтервенцій було від'ємним і становило 3 888,3 млн. дол. США на кінець року. Від'ємне сальдо валютних інтервенцій НБУ в 2013 р. становило 2 038,8 млн. дол. США.

У 2014 р. НБУ використовував валютні інтервенції, здійснюючи переважно операції з продажу іноземної валюти. Негативне сальдо у цьому році є найбільшим за весь аналізований період – 4 569,7 млн. дол. США. Частка участі регулятора на міжбанківському валютному ринку України становила 3,5% від загального обсягу операцій порівняно з 0,9% у 2013 р. [7, с. 71].

Загальна сума інтервенцій із продажу іноземної валюти міжбанківському валютному ринку протягом 2015 р. дещо перевищує обсяги придбання валюти, проте розрив між показниками не є великим.

Протягом 2016 р. Національний банк здійснював інтервенції переважно лише у формі валютних аукціонів, окрім однієї інтервенції з купівлі іноземної валюти у квітні 2016 р. у формі інтервенції за єдиним курсом [13, с. 52].

Слід зазначити, що протягом аналізованого періоду лише за підсумками останніх років сальдо валютних інтервенцій було додатним і становило 211,8 млн. дол. США в 2015 р., 235,1 млн. дол. США в 2016 р. та 98,2 млн. дол. США у вересні 2017 р.

Висновки. Залежно від характеру впливу на валютні відносини весь комплекс інструментів регулювання поділяють на загальні інструменти (які є спільними як для грошово-кредитного регулювання, так і для валютного) та спеціальні, які, своєю чергою, розподіляються на економічні інструменти та адміністративні. При цьому спеціальні інструменти характеризуються прямим впливом на валютні відносини, а загальні – опосередкованим, у зв'язку з чим є доцільним їх використання в комплексі з іншими інструментами регулювання.

Девізна політика є найбільш вагомим та дієвим інструментом реалізації валютної політики. І хоча Національний банк України прийняв курс на лібералізацію валютного ринку та зменшення присутності на ньому, валютні інтервенції залишаються основним інструментом впливу на валютний курс гривні.

Для ефективної реалізації валютної політики в умовах глобалізації необхідно здійснювати валютне регулювання відповідно до тенденцій розвитку країни, що забезпечить мінімізацію негативного впливу внутрішніх та зовнішніх факторів і сприятиме її сталому економічному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Дзюблюк О.В. Валютна політика : [навч. посіб.] / О.В. Дзюблюк. – Тернопіль : ТДЕУ, 2006. – 91 с.
2. Мироненко Г.В. Трансформація валютної політики України в умовах економічної інтеграції : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.08 / Г.В. Мироненко. – Київ, 2015. – 220 с.
3. Суторміна А.М. Валютне регулювання у забезпеченні економічного розвитку України : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.08 / А.М. Суторміна. – Київ, 2015. – 225 с.
4. Журавка Ф.О. Механізм реалізації валютної політики в Україні : дис. ... док. екон. наук : 08.00.08 / Ф.О. Журавка. – Суми, 2009. – 418 с.
5. Статистика зовнішнього сектору / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=7693080.
6. Річний звіт Національного банку України за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=2150782.
7. Річний звіт Національного банку України за 2014 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=17568764.
8. Річний звіт Національного банку України за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=31669311.
9. Про Основні засади грошово-кредитної політики на 2016–2020 роки : Постанова від 18 серпня 2015 р. № 541 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0541500-15.
10. Економічні та фінансові показники України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36728&cat_id=45692.

11. Маринич Т.О. Щодо ефективності валютної політики НБУ / Т.О. Маринич // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2012. – № 36. – С. 328–334.
12. Про затвердження Стратегії валютних інтервенцій Національного банку України на 2016–2020 роки : Рішення від 9 вересня 2016 р. № 261-рш [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/vr261500-16.
13. Річний звіт Національного банку України за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=49064031.

Федишин М. Ф.
Лысенко Н. А.
Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича

ОЦЕНКА ЕКОНОМИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ВАЛЮТНОЙ ПОЛИТИКИ

Резюме
Рассмотрены сущность и виды инструментов реализации валютной политики. Проанализированы экономические инструменты реализации валютной политики НБУ. Исследована динамика официального валютного курса гривны по отношению к основным валютам. Проведена оценка адекватности величины официальных международных резервов. Установлено, что наиболее действенным экономическим инструментом влияния на валютный курс в Украине является девизная политика.
Ключевые слова: валютная политика, инструменты валютной политики, валютный курс, валютные интервенции, золотовалютные резервы, девизная политика.

Fedyshyn M. P.
Lysenko N. A.
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

EVALUATION OF ECONOMIC INSTRUMENTS OF CURRENCY POLICY

Summary
The paper investigates the essence and types of the instruments of foreign currency policy. Economic instruments of foreign currency policy of National Bank of Ukraine are analyzed. The dynamics of the official exchange rate of the Hryvnia against the major currencies is estimated. Also, the article examines the adequacy of foreign-exchange reserves. It's established that the most effective instrument of influence on the exchange rate in Ukraine is foreign exchange intervention.
Key words: foreign currency policy, instruments currency policy, exchange rate, currency interventions, foreign-exchange reserves, foreign exchange policy.

УДК 37.048

Чередник В. А.
Науково-дослідний фінансовий інститут
ДННУ «Академія фінансового управління» Міністерства фінансів України

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ШКІЛЬНИХ ОКРУГІВ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто передумови виникнення об'єднань окремих шкіл в освітні округи. Розкрито соціально-економічні та фінансові аспекти розвитку шкільних округів в Україні. Проведено комплексний аналіз стану системи середньої освіти в Україні. На основі налізу встановлено, що однією з основних ознак сільських загальноосвітніх шкіл є їх малокомплектність. Загальна середня освіта існує в умовах недофінансування з боку держави, а малокомплектні школи стають додатковим тягарем для місцевого бюджету.
Ключові слова: шкільні освітні округи, загальноосвітні школи, бюджет, видатки, опорний заклад, оптимізація мережі навчальних закладів, самовизначення підлітків.

Постановка проблеми. У сучасних умовах соціально-економічного розвитку України особливого значення набуває проблема формування нової системи управління освітньою діяльністю. Процеси, характерні для нинішнього етапу розвитку освітнього простору, спонукали до створення нових територіальних структурних утворень – освітніх округів як добровільних об'єднань навчальних закладів системи дошкільної, загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної та вищої освіти для створення умов для забезпечення рівного доступу до якісної освіти, всебічного розвитку особистості, оптимального задоволення культурно-освітніх потреб громадян, які проживають у межах відповідних адміністративних територій. В освітньому окрузі забезпечується мережева взаємодія навчальних закладів з установами культури, фізичної культури і спорту, підприємствами, громадськими організаціями; створюються умови для оптимального використання їх матеріально-технічних, фінансових та кадрових ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велике практичне і теоретичне значення різноманітних аспектів розвитку та оптимізації мережі загальноосвітніх навчальних закладів, створення та функціонування освітніх округів розкрито в працях В. Андрущенка, А. Зеліського, О. Коло-

© Чередник В. А., 2017

віцької, Ю. Луковенка, В. Нікітіна, І. Осадчого, О. Пастовенського, В. Паламарчука, Н. Слухай, С. Слухай, Н. Струк, В. Якушика та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для значної кількості шкіл характерними є недостатнє матеріальне забезпечення навчально-виховного процесу, відсутність сучасного інформаційного супроводу, водопроводу, каналізації тощо. Нинішня ситуація є достатньо складною, адже освіта потребує одночасного оновлення всіх навчальних ресурсів, однак через необхідність утримувати надлишкову мережу навчальних закладів коштів для цього не вистачає. Отже, маємо масову школу, що відповідає потребам аграрно-промислового, але не сучасного інформаційно-технологічного суспільства.

Мета статті полягає у дослідженні передумов виникнення освітніх округів та стану їх розвитку в України. Для досягнення мети проведемо комплексний аналіз стану системи середньої освіти в Україні; висвітлимо передумови виникнення об'єднань окремих шкіл в освітніх округи; розкриємо соціально-економічні та фінансові аспекти розвитку шкільних округів в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціально-економічні реформи, які відбуваються на сучасному етапі, зумовлюють появу проблем, що суттєво впливають на стан і розвиток сільської освіти. Найвагомішими з них є:

– недостатня наявність бюджетних ресурсів для утримування все менш ефективної мережі та підтримки належного рівня якості освітніх послуг. За таких умов бракує не лише бюджетних коштів, а й спроможності управляти наявними ресурсами освіти на місцевому рівні;

– застаріла матеріально-технічна база закладів шкільної освіти;

– низький рівень оснащення сільських шкіл сучасними комп'ютерами з відповідним програмним забезпеченням або його повна відсутність;

– погіршення демографічної ситуації та скорочення чисельності учнів, що призводить до низької наповнюваності класів, які разом із великою кількістю вчителів і високими видатками на утримання стають додатковим тягарем для місцевого бюджету;

– відплив кваліфікованих педагогічних кадрів із закладів освіти;

– пасивна позиція батьків у діяльності школи, відокремленість закладів освіти від місцевої територіальної громади та потенційних соціальних партнерів;

– наявна система підвищення кваліфікації сільських учителів часто не задовольняє їхні потреби [19].

Беручи до уваги демографічні зміни, які відбулися на всій території України, характерною ознакою загальноосвітніх шкіл сільської місцевості стала їх малокомплектність. Сільські школи потребують оновлення матеріальної бази для забезпечення якісного навчально-виховного процесу. Для розвитку новітньої школи вона має бути обладнана інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ), які б допомогли сільським школам відповідати сучасним вимогам. Відсутність водопроводу, каналізації призводить до відсутності належного санітарно-гігієнічного режиму та гарячого харчування.

Належні умови життєдіяльності вчителів та учнів загальноосвітніх навчальних закладів закріплено в нормативно-правовій базі: Конституції України [11]; Законі України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» [8].

Зменшення чисельності учнів не зменшує їх потреб на утримання приміщень, адже побудовані за радянських часів приміщення сьогодні напівпорожні. Вони не забезпечують збереження тепла й енергоресурсів, а надлишкові площі в умовах морального й фізичного зношення створюють додаткові проблеми щодо їх експлуатації, обтяжують місцеві бюджети та не сприяють збереженню здоров'я школярів. Наявна ситуація потребує особливої уваги, тому що освіті необхідно одночасно оновлювати всі навчальні ресурси й утримувати зайву мережу навчальних закладів. Здобуття якісної освіти в кожному селі практично унеможливлюється через відсутність відповідного навчального обладнання, висококваліфікованих кадрів та дотримання санітарно-епідеміологічних норм. Отже, за відсутності достатнього фінансування маємо масову школу, що відповідає потребам аграрно-промислового, а не сучасного інформаційно-технологічного суспільства [16].

Згідно зі ст. 61 п. 2 Закону України «Про освіту» [10], держава зобов'язана забезпечувати бюджетні асигнування на освіту в розмірі не менше 10% від національного доходу. Як свідчить аналіз, за роки незалежності України в жодному бюджеті зазначена стаття не виконувалася й обґрунтування цієї норми не надано.

Аналіз обсягів і динаміки видатків на освіту загалом та на загальну середню освіту зокрема в 2000–2016 рр. свідчить, що питома вага видатків на освіту в усіх видатках бюджету зростала до 2013 р. (рис. 1, 2). Однак починаючи з 2014 р. ці показники суттєво погіршилися. Отже, стверджувати, що тенденція до зростання видатків має позитивну динаміку, не можна, оскільки вона має непостійний характер. Це свідчить про піклування держави про фінансове забезпечення закладів освіти, але через інфляційні процеси, що відбуваються в економіці, позитивна динаміка показників фінансування освіти відсутня. У 2014–2016 рр. відбулося зменшення як обсягів, так і частки видатків на загальну середню освіту та освіту в цілому, що зумовлено політичною нестабільністю, економічною кризою та агресивними діями на тимчасово окупованій території.

Створення та функціонування освітніх округів законодавчо внормоване у ст. 9 Закону України «Про загальну середню освіту», Постановою Кабінету Міністрів України від 27 серпня 2010 р. № 777, Положенням про освітній округ [18]. Важливим критерієм підбору територій для об'єднання в освітні округи має бути критерій повноти освітніх послуг. Тобто на території округу повинно бути все, що потрібно для освітньої системи, починаючи від дошкільних установ і закінчуючи можливістю тісної взаємодії з вищими навчальними закладами.

На думку Л.А. Гуцан [4, с. 36], метою такої взаємодії є підвищення якості освіти та її відповідності сучасним стандартам на основі ефективного використання потенціалу ресурсів кожного навчального закладу, координації та консолідації зусиль усіх суб'єктів освітнього округу. При цьому звільнення і перерозподіл ресурсів між освітніми закладами – суб'єктами освітнього округу сприятиме створенню нових освітніх можливостей.

Освітній округ – це складова частина державно-громадської системи освіти й є її територіальною підсистемою. Виокремлення в ній освітніх округів спричинене необхідністю враховувати запити місцевого населення, актуальні і перспективні потреби соціально-економічного та соціокультурного розвитку території. Для того щоб бути конкурентоспроможними на ринку праці, молоді фахівці повинні відповідати новим вимогам і враховувати сучасні тенденції та запити роботодавців на ринку праці [14; 15].

Світовий досвід демонструє, що підстави для виокремлення освітніх округів можуть бути різними. Наприклад, соціокультурні (збереження і розвиток національно-культурних традицій, спільності мови, конфесійних відмінностей – Бельгія), економічні (вирівнювання податкової бази – США), організаційні (децентралізація управління освітою та побудова в межах навчальних округів автономної системи освіти, часто з домінуючим у ній ВНЗ, зазвичай університетом – Франція). Іноді це диктується традиційними для території потребами промисловості у кваліфікованих робітничих кадрах («Професійні навчальні округи» у США). Та найчастіше поділ на освітні округи здійснюється з урахуванням багатьох критеріїв, причому здебільшого їх межі збігаються з адміністративними межами територій. У системі української освіти вони формуються за адміністративно-територіальним принципом.

Освітній округ, по суті, є інноваційною структурою, діяльність якої формується шляхом об'єднання навчальних закладів у межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці для забезпечення належних умов організації навчально-виховного процесу, реалізації допрофільної підготовки і профільного навчання, розвитку творчих здібностей, нахилів, обдарувань дітей, упровадження сучасних освітніх технологій. Центром профільного навчання в освітньому окрузі є опорний загальноосвітній навчальний заклад, який забезпечує: проведення навчальних занять, що відповідають його спеціалізації, профілю навчання для учнів навчальних закладів округу; запровадження факультативних занять, спецкурсів для учнів освітнього округу; культурно-просвітницьку роботу з батьківською громадськістю; методичний супровід діяльності навчальних закладів освітнього округу; організацію сервісних послуг [4].

Освітній округ, відповідно до Положення [18], – це добровільне об'єднання в межах адміністративно-територіальних одиниць навчальних закладів системи дошкільної, загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної та вищої освіти, що спрямовують свою діяльність на створення умов для здобуття громадянами загальної середньої освіти, впровадження допрофільної підготовки і профільного навчання, поглиблене вивчення окремих предметів, забезпечення всебічного розвитку особистості, а також закладів культури, фізичної культури і спорту, підприємств і громадських організацій.

Метою створення освітніх округів є організація в межах адміністративно-територіальної одиниці ефективної системи освіти; забезпечення рівного доступу дітей відповідного віку до якісної дошкільної, загальної середньої, позашкільної, допрофесійного навчання та професійно-технічної освіти незалежно від місця їх проживання; ефективне використання творчого потенціалу педагогічних працівників навчальних закладів; раціональне використання навчально-методичної, матеріально-технічної бази суб'єктів округу, її зміцнення, модернізація [1].

Функціонування освітнього округу відбувається на підставі загальних закономірностей, визначених В. Пікельною: поєднання централізації та децентралізації в управлінні; оптимального співвідношення керівної й керованої систем; залежності кінцевого результату управлінської діяльності від повноти реалізації загальних функцій управління,

* 2015–2016 рр. без урахування видатків бюджетів АР Крим та м. Севастополя

Рис. 1. Динаміка видатків на освіту у зведеному бюджеті України

Джерело: складено на основі [6]

* 2015–2016 рр. без урахування видатків бюджетів АР Крим та м. Севастополя

Рис. 2. Динаміка видатків на загальну середню освіту

Джерело: складено на основі [6]

Рис. 3. Кількість розташування опорних шкіл (станом на 20 вересня 2016 р.)

Джерело: складено за [13]

Рис. 4. Кількість розташування опорних шкіл (станом на 1 серпня 2017 р.)

Джерело: складено за [13]

які розглядаються В. Афанасьєвим як дії суб'єкта управління, стадії управлінського циклу, що послідовно змінюються, причому сукупність цих функцій виступає змістом управлінського процесу [2]. Під управлінням ми розуміємо цілеспрямований вплив керуючої системи на керовану для забезпечення її функціонування та розвитку на основі дій механізмів самоуправління, ефективність та результативність якого залежать від інформаційного забезпечення управлінського процесу [12].

Міністерство освіти та науки України [13] представило карту-схему кількості опорних шкіл. Станом на 20 вересня 2016 р. в Україні функціонувало 137 таких шкіл. Як видно з карти (рис. 3), фаворитами у створенні опорних шкіл стали: Київська – 23, Кіровоградська – 18, Дніпропетровська – 14 та Житомирська – 11 області. З іншого боку, у Закарпатській області жодної школи не створено.

Станом на 01.08.2017 кількість створених опорних шкіл зросла до 338 та 744 філій. Лідируючою за кількістю створених опорних шкіл стала Кіровоградська область – 53. У Львівській області – 37, Житомирській – 30, Дніпропетровській – 12. Ніяких змін у Закарпатській області – 0. Більш детально дані наведені на рис. 4.

Висновки. Аналіз стану сільських шкіл, їх фінансування та досвід розвитку шкільної освіти в зарубіжних країнах дає змогу стверджувати, що на сучасному етапі необхідним є створення шкільних освітніх округів у районах України, а саме в тих, де переважає мережа малокомплектних закладів шкільної освіти. Це допоможе знайти необхідні резерви для підвищення якості освітніх послуг, адже за рахунок економії витрат і «здешевлення» утримання інфраструктури створюватиметься можливість закупівлі нового сучасного обладнання, залучення нових освітніх технологій для поліпшення навчально-виховного процесу в закладах шкільної освіти відповідно до вимог ринку праці й стандартів європейської освіти.

Але залишається відкритим питання додаткових витрат на реалізацію функціонування освітніх округів, зокрема незадовільний стан доріг, по яких буде здійснюватися перевезення учнів, купівля та обслуговування шкільних автобусів. Для якісної роботи освітніх округів повинні бути вирішені всі питання: організаційні, фінансові, морально-етичні та ін.

Список використаних джерел:
1. Мельник Н. Нормативно-правове забезпечення діяльності освітнього округу / Н. Мельник // Нова педагогічна думка. – 2014. – № 4. – С. 3–7.
2. Галіцина Л. Інноваційна діяльність ЗНЗ / Л. Галіцина. – К. : Шкільний світ, 2005. – 128 с.
3. Гуцан Л.А. Освітній округ як інноваційна модель управління в умовах профільного навчання / Л.А. Гуцан // Вісник Черкаського університету. Педагогічні науки. – 2015. – Т. 37. – С. 35–42.
4. Гуцан Л.А. Особливості професійного самовизначення учнівської молоді в умовах профільного навчання / Л.А. Гуцан // Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді : зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 15. – Кн. 1. – С. 350–356.
5. Даниленко Л.І. Модернізація змісту, форм і методів управлінської діяльності директора загальноосвітньої школи / Л.І. Даниленко. – К. : Логос, 1998. – 140 с.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
7. Євтух М. Розвиток освіти і педагогічної думки в Україні (кінець XVIII – перша половина XIX ст.) : дис. ... докт. пед. наук : спец. 13.00.01 / М. Євтух. – Київ, 1996. – 70 с.
8. Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення : Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1994. – № 27 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/651-14.
9. Про загальну середню освіту : Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1999. – № 28. – Ст. 230 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/651-14.
10. Закон України «Про освіту» від 23.03.1996 р. № 1060-12 (зі змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 34 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pedrada.com.ua/news/3987-qqn-16-m9-29-09-2016-predstavleno-kartu-shemu-klkost-opornih-shkl-v-oblastyah-ukrani.
11. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80.
12. Леонова Н.О. Особливості управлінської діяльності керівника освітнього округу / Н.О. Леонова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://library.kpi.kharkov.ua/files/JUR/30.pdf.
13. Опорні школи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/oporni-shkoli/karta-opornix-shkil.html.
14. Міщенко В.І. Зарубіжний досвід та вітчизняні актуалітети організації неперервної освіти / В.І. Міщенко // Рідна школа. – 2010. – № 11. – С. 9–16.
15. Міщенко В.І. Проблеми підвищення конкурентоспроможності на ринку праці / В.І. Міщенко // Вища школа. – 2010. – № 7/8. – С. 64–74.
16. Огнев'юк В. Першооснова розвитку / В. Огнев'юк // Рідна школа. – 2007. – № 5(928). – С. 18–21.
17. Положення про освітній округ, затверджене Постановою Кабінету Міністрів України від 27.08.2010 № 777 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua.
18. Про затвердження Положення про освітній округ : Постанова КМУ № 777 від 27 серпня 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/777-2010-%D0%BF.
19. Струк Н.С. Шкільні освітні округи в системі фінансового забезпечення загальноосвітніх шкіл України / Н.С. Струк // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2012. – Вип. 8. – Т. 2. – С. 48–53.

Чередник В. А.
Научно-исследовательский финансовый институт
ГУНУ «Академия финансового управления» Министерства финансов Украины

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ШКОЛЬНОГО ОКРУГА В УКРАИНЕ

Резюме
В статье рассмотрены предпосылки возникновения объединений отдельных школ в образовательные округа. Раскрыты социально-экономические и финансовые аспекты развития школьных округов в Украине. Проведен комплексный анализ системы среднего образования в Украине. На основе анализа установлено, что одним из основных признаков сельских общеобразовательных школ является их малокомплектность. Общее среднее образование существует в условиях недофинансирования со стороны государства, а малокомплектные школы становятся дополнительным бременем для местного бюджета.
Ключевые слова: школьные образовательные округа, общеобразовательные школы, бюджет, расходы, опорные заведения, оптимизация сети учебных заведений, самоопределение подростков.

Cherednyk V. A.
Scientific-Research Financial Institute State Educational-Scientific Establishment
"Academy of Financial Management" under the Ministry of Finance of Ukraine

SOCIAL AND ECONOMIC AND FINANCIAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF SCHOOL DISTRICTS IN UKRAINE

Summary
The article describes the preconditions for origin of unite individual schools in educational districts and criteria for selecting areas for such a union. A comprehensive analysis of the current state of secondary education in Ukraine was carried out. It was determined that a characteristic feature of rural secondary schools is their being underfilled. Secondary education exists in terms of underfunding from the state and underfilled schools become an additional burden for a local budget.
Key words: school educational districts, public schools, budget, expenditures, base establishment, optimization of an educational establishment network, self-identification of juvenile.

УДК 35:368.02

Шевцова О. Й.
Бондар Є. І.
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

СТРАХОВИЙ РИНОК: УПРАВЛІНСЬКІ ТА РЕГУЛЯТОРНІ АСПЕКТИ СТІЙКОСТІ І ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ

У статті проаналізовано різні підходи до регулювання страхової діяльності у вітчизняних теоретичних дослідженнях. Автори пропонують ураховувати регуляторну діяльність на страховому ринку та рівень фінансового менеджменту окремої страхової компанії як суттєві фактори забезпечення стійкості та фінансової безпеки страхової діяльності. На основі оцінки розвитку інструментів пруденційного нагляду на фінансовому ринку рекомендується поширення їх використання для страхового ринку.
Ключові слова: державне регулювання, пруденційний нагляд, страховий менеджмент, інструменти, методи управління.

Постановка проблеми. Діяльність страхової компанії залежить від стабільності та прозорості фінансового ринку, результативного втручання державних регуляторів. Побудова власної конкурентної політики страховика має проводитися в межах наявної фінансової політики держави та її складників: монетарної політики, інвестиційної політики, податкової політики тощо.

На рівень стійкості та фінансової безпеки страхових компаній впливають як негативні тенденції змін на страховому ринку, так і зміни таких сегментів фінансового ринку, як банківська система та ринок цінних паперів. Остаточно ж фінансова безпека ринку страхових послуг, що залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних, внутрішніх і зовнішніх чинників, визначається насамперед станом його розвитку, фінансовою результативністю та ефективністю діяльності. Водночас вона зумовлена і реальним фінансовим станом господарюючих суб'єктів із можливістю формування страховими компаніями довгострокових інвестиційних ресурсів [1, с. 183]. Важливим чинником забезпечення стійкості страхового ринку є розвиток системи регулювання та пруденційного нагляду [2, с. 193]. Вдосконалення страхового менеджменту і державного регулювання страхової діяльності – два напрями забезпечення фінансової стійкості на рівні окремого страховика та на рівні страхового ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики страхової діяльності, страхового ринку присвячено наукові праці К.В. Багмета, В.Д. Базилевича, О.І. Барановського, А.С. Боженко, А.О. Бойко, Т.А. Васильєвої, О.О. Гаманкової, А.М. Єрмошенко, О.В. Козьменко, О.В. Кузьменко, О.Г. Кузьменко, О.М. Пахненко, В.М. Фурман та ін. Увага науковців приділяється регулюванню діяльності на страховому ринку як із боку державних регуляторів [3; 4], інститутів саморегулювання [5], так і наддержавного, міжнародного рівня регулювання [6]. Регулювання розглядається як дієвий фактор підтримки фінансової стійкості страхового ринку в цілому, а також стійкості та фінансової безпеки окремих страхових компаній. Забезпечення фінансової стійкості страхової компанії, безперечно, залежить від якості реалізації механізмів його фінансового менеджменту. У теоретичних дослідженнях страхового менеджменту переважають визначення питань управління окремими напрямами в управлінні діяльністю страхових компаній, зокрема: управління фінансовою стійкістю, управління активами, управління ризиками, менеджмент обсягів страхових платежів, управління інвестиційною діяльністю тощо [7–9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але, незважаючи на постійну увагу науковців до зазначених наукових проблем, актуальним, на нашу думку, залишається питання посилення взаємозв'язку між прийняттям стратегічних управлінських рішень на мікрорівні окремих страховиків та регуляторними діями різного типу: ринкового регулювання, державного та діяльності саморегулівних організацій.

Мета статті полягає у визначенні управлінського та регуляторного аспектів розвитку страхового ринку і діяльності страхових компаній у межах забезпечення стійкості і фінансової безпеки страхової діяльності на макро- та макрорівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наявність у країні трьох систем регулювання [10, с. 1] – банківських послуг, ринку цінних паперів та страхової діяльності з іншими небанківськими фінансовими установами – призводить до ситуації, коли, з одного боку, розвиваються відокремлені гілки регуляторної діяльності, а з іншого – з'являються протиріччя між різними мегарегуляторами, які не дають можливості отримати єдину ефективну систему регулювання усього фінансового ринку.

Особливо ці протиріччя загострилися в умовах активної інтеграції та взаємодії вітчизняних державних інститутів регулювання з міжнародними органами нагляду та регулювання діяльності фінансових ринків.

Д.В. Кондратенко розглядає питання місця впливу саморегулівних організацій на процес становлення і розвитку страхового ринку [5, с. 3]. Особливу увагу вона приділяє співпраці органів державного управління та саморегулівних організацій для розроблення стратегічних підходів, які повинні бути покладені в основу державної страхової політики. Авторка розробила організаційний механізм участі саморегулівних організацій у формуванні та реалізації державної страхової політики, який дає змогу узгоджувати власні інтереси всіх учасників страхового ринку та оптимізувати систему державного регулювання для підвищення ефективності розвитку страхової галузі. Вважаємо, що саме діяльність саморегулівних організацій є зв'язуючою ланкою між держаним регулюванням та страховим менеджментом окремих страхових компаній.

О.Й. Жабинець розглядає систему регулювання страхової діяльності як процес досить складний, який вимагає проведення великої законотворчої роботи, що повинна спиратися на наукові дослідження в галузі страхування і досвід розвинених держав світу й узгоджуватися із сучасними потребами та наявними економічними можливостями [3, с. 3]. Розгляд та аналіз основних методів та

© Шевцова О. Й., Бондар Є. І., 2017

інструментів державного регулювання вітчизняного страхового ринку пропонується робити з урахуванням наявних у світовій практиці систем організації та здійснення нагляду за страховою діяльністю. Зарубіжний досвід державного регулювання страхової діяльності необхідно вивчати в контексті можливостей його застосування в Україні за сучасних умов функціонування вітчизняного страхового ринку.

Необхідним складником зв'язку між мікро- та макрорівнями страхової діяльності О.Й. Жабинець пропонується дві групи чинників, які визначають розвиток вітчизняного страхового ринку: перша група характеризує попит населення на страхові послуги, друга – стосується діяльності страхових компаній. Чинники другої групи, відповідно, розділено на внутрішні, наявність яких залежить лише від політики та менеджменту страхових компаній, та зовнішні, які є наслідком недостатньої ефективності державного регулювання страхової діяльності в Україні [3, с. 5].

Необхідною умовою, що пов'язує процеси регулювання та управління на рівні страхової компанії, може розглядатися система показників, за якими мають відбуватися процеси нагляду регулятора за діяльністю страховика. Ці показники можуть виступати також нормативами оцінки стійкості та фінансової безпеки. Саме тому важливим напрямом регулювання та його складником виступає пруденційний нагляд за страховою діяльністю. На державному рівні прийнято необхідним використання основних принципів страхування та принципів нагляду за страховиками.

Пруденційний нагляд має проводитися на основі аналізу страхового ринку з урахуванням не тільки минулих змін та поточної ситуації, а й тенденцій і потенційних ризиків, вірогідних несприятливих майбутніх варіантів розвитку подій для вжиття заходів на ранньому етапі у разі необхідності.

Актуальним є процес оцінювання потенційної системної важливості страховиків, у тому числі полісів, які вони підписують, та інструментів, які вони випускають, у традиційних і нетрадиційних напрямах діяльності [1, с. 364].

Принципи нагляду за транскордонними страховими операціями розглядаються в страховому конкордаті – документі, який розроблено IAIS (Міжнародною асоціацією органів нагляду за страховою діяльністю) [12].

Удосконалення пруденційного нагляду на страховому ринку України з розмежуванням його інструментів на макро- і мікрорівнях визначається фахівцями перспективним етапом формування системи регулювання та нагляду [13, с. 4–7; 14, с. 34].

Наявність банківської системи регулювання та нагляду також впливає на стійкість та фінансову безпеку учасників страхового ринку. По-перше, впливають державна монетарна політика, а по-друге, значення та динаміка монетарних інструментів регулювання. Монетарна політика та монетарні інструменти регулювання впливають на макропоказники економіки країни [15, с. 240–241], на формування ресурсної бази страхового ринку, у тому числі на основні параметри діяльності страхового ринку та окремих страхових компаній.

Вплив на фінансову стійкість та фінансову безпеку страхових компаній монетарного регулювання можливо розглядати відповідно до напрямів інвестиційної діяльності страховиків та їх діяльності зі страхування банківських ризиків.

Основні інструменти монетарної політики – інструменти грошово-кредитного регулювання: облікова ставка, операції на відкритому ринку та банківське обов'язкове резервування. Зміна облікової ставки центрального банку має впливати на рівень ставки кредитування. По-перше, її рівень ураховує прогнозне значення інфляції, по-друге, він має бути орієнтиром для напряму зміни банківських ставок кредитування. Саме цей інструмент монетарної політики визначає її вплив на інвестиційну активність у країні.

Інвестиційна діяльність вітчизняних страхових компаній відображається у структурі розміщення активів страховиків. Традиційно суттєва кількість активів страховиків представлена банківськими вкладами (депозитами). Структура активів страхових компаній за результатами І півріччя 2016 р. [16, с. 30] порівняно з І півріччям 2015 р. змінилася у напрямі збільшення питомої ваги грошових коштів на поточних рахунках з 8,6% до 9,3%, банківських вкладів (депозитів) – з 26,9% до 32,5%. І півріччя 2017 р. характеризується поверненням структурних показників до стану 2015 р.: грошові кошти на поточних рахунках становлять 8,2% від активів страхових компаній, банківські вклади (депозити) – 31,6% [17, с. 30].

Активність фондового ринку має тісний зв'язок із коливанням облікової ставки. Зниження облікової ставки дає можливість знижати ставки кредитування, що активізує інвестиційну діяльність за рахунок кредитних ресурсів. Це призводить до зменшення попиту на цінні папери. Навпаки, зростання облікової ставки – це поступове зростання вартості кредитів у банківській системі та переміщення ресурсів на фондовий ринок.

Вага розміщення активів страхових компаній у цінні папери за результатами І півріччя 2016 р. [16, с. 30] порівняно з І півріччям 2015 р., навпаки, знизилася. Так, розміщення в акції зменшилися із 39,8% до 26,3%, в облігації – з 1,9% до 1,6%, в іпотечні сертифікати – з 1,2% до 0,2%. За І півріччя 2017 р. розміщення активів в акції знову зазнало зменшення до 20,5%.

Зрозумілим у цій ситуації є зростання обсягів розміщення активів у цінні папери, що емітуються державою, – з 6,9% до 12,7% у 2016 р. За І півріччя 2017 р. додатково збільшено частку активів у цінних паперах, що емітуються державою, з 12,7% до 17,4%. Водночас за І півріччя 2017 р. розміщення активів в акції знову зазнало зменшення до 20,5% [17, с. 30].

Недоліки в оцінці ризиків, проблеми з ризик-менеджментом – одні з головних причин негативних процесів, які відбулися в глобальній фінансовій системі. Одним із напрямів реформування державного регулювання страхової діяльності в Україні має бути запровадження системи пруденційного нагляду [18, с. 4]. Пропонуємо використовувати досвід пруденційного нагляду банківської системи з боку НБУ, особливо щодо пруденційного нагляду на основі Системи оцінки ризиків (табл. 1), та перші кроки пруденційного нагляду НКЦПФР за діяльністю професійних учасників фондового ринку на основі Концепції запровадження пруденційного нагляду за діяльністю професійних учасників фондового ринку від 12.04.2012 [19].

Об'єктами страхового нагляду є: страховики, перестраховики; страхові посередники (брокери, агенти); відповідальні актуарії; об'єднання страховиків, перестраховиків, страхових посередників, відповідальних актуаріїв, обов'язкова участь у яких передбачена законодавством.

Суб'єктом страхового нагляду виступає уповноважений державний орган.

Таблиця 1

Інструменти макропруденційного нагляду вітчизняних державних мегарегуляторів фінансового ринку, можливі щодо впровадження на страховому ринку

Назва інструменту, важеля або системи нагляду	Сфера використання	Державний регулятор
Пруденційний банківський нагляд на основі системи оцінки ризиків	Банківська система	Національний банк України
Пруденційні нормативи та вимоги до торговців цінними паперами та організаторів торгівлі (система нормативних показників)	Фондовий ринок	Національна комісія із цінних паперів та фондового ринку
Пруденційні нормативи та вимоги до Компаній з управління активами (КУА): – дотримання відповідних вимог щодо складу та структури активів інститутів спільного інвестування (ІСІ); – дотримання вимог досягнення нормативів діяльності пайових інвестиційних фондів (ПІФ) під час розміщення цінних паперів ІСІ; – вимоги, що стосуються наявності в КУА резервного фонду; вартість чистих активів	Фондовий ринок	Національна комісіяі з цінних паперів та фондового ринку
Вимоги до інвестиційної політики (умови щодо розміщення активів та їх диверсифікації; методологію оцінки активів та моніторингу і контролю діяльності інституційного інвестора; допустимий рівень інвестиційного ризику)	Фондовий ринок	Національна комісія із цінних паперів та фондового ринку

Джерело: пропозиції авторів на основі [19]

Три підходи до управління діяльністю, а саме функціональний, динамічний та предметний, чи за об`єктами управління, визначають особливості страхового менеджменту щодо забезпечення стійкості та фінансової безпеки компанії.

Управління на засадах функціонального підходу передбачає здійснення функцій управління. Особливо функція стратегічного управління. Розроблення стратегічного плану має відбуватися з урахуванням регуляторних впливів на страхову діяльність. А сама стратегія діяльності компанії має коригуватися зі зміною значень інструментів та важелів регулювання.

Управління на засадах динамічного підходу передбачає розгляд усіх процесів (надання страхових послуг) відповідно до часу їх реалізації. Предметний підхід в управлінні визначає об`єкти безпосереднього управління. Відповідно, функціональний підхід забезпечує цілісність управлінської діяльності. Динамічний та предметний підходи є повністю прив`язаними до окремого виду страхової діяльності. Так, динамічний підхід до управління передбачає розгляд усіх процесів (надання страхових послуг) відповідно до часу їх реалізації, здійснюється поетапно. Предметний підхід визначає об`єкти управління, які безпосередньо пов`язані із цією діяльністю (ресурси, необхідні для реалізації страхової діяльності; види страхування; маркетингова, зовнішньоекономічна, фінансова та інші види діяльності страховика).

Висновки. Рівень стійкості та фінансової безпеки учасників страхового ринку є важливим фактором та показником розвитку страхового ринку. Водночас ринок страхування забезпечує систему фінансового захисту учасників підприємницької діяльності, яка є одним з основних джерел ресурсної бази страхового ринку. Саме у цьому проявляється взаємовплив та взаємозалежність стану фінансової безпеки страхових компаній і всього страхового ринку від фінансової безпеки реальної економіки та інших нестрахових сегментів фінансового ринку.

Страховий ринок України зазнає прямого регуляторного впливу від діяльності Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг та опосередкований вплив від інструментів монетарного регулювання та діяльності Національної комісії із цінних паперів та фондового ринку. Фінансова безпека ринку страхових послуг, що залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних, внутрішніх і зовнішніх чинників, визначається насамперед станом його розвитку, фінансовою результативністю та ефективністю діяльності.

Формування стратегії діяльності страхових компаній має враховувати основні дії регуляторів фінансового ринку. Оцінка регуляторних дій та використання інструментів і важелів регулювання – один із початкових етапів розроблення конкурентної стратегії страховика. Основні функціональні підстратегії діяльності (ресурсну, маркетингову, інвестиційну) також необхідно узгоджувати з діями мегарегуляторів.

Удосконалення страхового менеджменту та державного регулювання страхової діяльності – два напрями забезпечення, у тому числі, й фінансової безпеки за рівнями ринку.

Список використаних джерел:

1. Дубина М.В. Теоретичні аспекти визначення та систематизації факторів впливу на фінансово-економічну безпеку розвитку страхового ринку України / М.В. Дубина, Г.В. Кравчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/8956/25C_Дубина.pdf.
2. Юхименко В.М. SOLVENCY II в Україні: проблеми впровадження вимог до платоспроможності страхових організацій / В.М. Юхименко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економіка. – 2015. – Вип. 9. – Ч. 3. – С. 191–195.
3. Жабинець О.Й. Державне регулювання страхової діяльності в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою» / О.Й. Жабинець. – Львів, 2006. – 22 с.
4. Плиса В.Й. Модель державного регулювання страхового ринку України / В.Й. Плиса, З.П. Плиса // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.10. – С. 209–215.
5. Кондратенко Д.В. Організаційно-економічний механізм регулювання страхової діяльності в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою» / Д.В. Кондратенко. – Харків, 2006. – 19 с.
6. Шіріян Л.В. Фінансове регулювання страхового ринку України: проблеми теорії та практики : [монографія] / Л.В. Шіріян. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 458 с.
7. Андрущенко Л.В. Страхування в Україні: від зародження до сьогодення / Л.В. Андрущенко // Південноукраїнський правничий часопис. – 2007. – № 2. – С. 200–202.
8. Баранова В. Деякі питання застосування фінансового менеджменту у страхових компаніях / В. Баранова // Вісник Київського національного університету ім. Т.Г. Шевченка. Серія «Економіка». – 2007. – № 94/95. – С. 56–57.

9. Інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ufin.com.ua.http://www.ufin.com.ua./arhiv.htm.
10. Головко А. Про вплив державного регулювання фінансових ринків на стан індустріального виробництва в Україні / А. Головко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://82.207.124.235/analit_mat/drn/046.htm.
11. Основні принципи страхування / Міжнародна асоціація страхових наглядів (МАСН) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://nfp.gov.ua/ files/.../Insurance_Core_Principles_updated_November2015_укр.doc.
12. Страховий конкордат. Принцип нагляду за транскордонними страховими операціями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ufin. com.ua./analit_mat/drn/049.htm.
13. Про затвердження Концепції запровадження пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами та Програми розвитку системи пруденційного нагляду за небанківськими фінансовими установами : Розпорядження Державної комісії з регулювання фінансових послуг України від 15.07.2010 № 585 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pension.kiev.ua/files/fsr_concept_prudential_supervision_n585_15jul2010.pdf.
14. Слободянюк О.В. Пруденційний нагляд на страховому ринку: Європейська практика та вітчизняний досвід / О.В. Слободянюк // Молодий вчений. – 2016. – № 8(35). – С. 30–34.
15. Капелюш А.А. Оцінка впливу монетарної політики на основні макроекономічні показники України / А.А. Капелюш [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://docviewer.yandex.ua/?url=http.
16. Підсумки діяльності страхових компаній за І півріччя 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://nfp.gov.ua/files/DepFinMon/sk_I%D0%86_%202016.pdf.
17. Підсумки діяльності страхових компаній за І півріччя 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://forinsurer.com/files/file00621.pdf.
18. Стратегії реформування державного регулювання ринків небанківських фінансових послуг на 2015–2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : nfp.gov.ua/files/Стратегія_final_1.doc.
19. Концепції запровадження пруденційного нагляду за діяльністю професійних учасників фондового ринку від 12.04.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : document.ua/pro-shvalennja-koncepciyi-zaprovadzhennja-prudenciinogo-nagl-doc95392.html.

Шевцова Е. И.
Бондарь Е. И.
Днепровский национальный университет имени Олеся Гончара

СТРАХОВОЙ РЫНОК: УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И РЕГУЛЯТОРНЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОСТИ И ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Резюме
В статье проанализированы различные подходы к регулированию страховой деятельности в отечественных теоретических исследованиях. Авторы предлагают учитывать регуляторную деятельность на страховом рынке и уровень финансового менеджмента отдельной страховой компании как существенные факторы обеспечения устойчивости и финансовой безопасности страховой деятельности. На основе оценки развития инструментом пруденциального надзора на финансовом рынке рекомендуется расширение их использования для страхового рынка.
Ключевые слова: государственное регулирование, пруденциальный надзор, страховой менеджмент, инструменты, методы управления.

Shevtsova O. Y.
Bondar Y. I.
Oles Honchar Dnipro National University

INSURANCE MARKET: MANAGEMENT AND REGULATORY ASPECTS OF SUSTAINABILITY AND FINANCIAL SECURITY

Summary
The article analyses different approaches to the regulation of insurance in Ukrainian theoretical scholarly literature. The authors propose to take into account regulatory activities at the insurance market and level of financial management of a separate insurance company as essential factors to provide sustainability and financial security of insurance activity. Drawing on the evaluation of development of the prudential control instruments at financial market, the article recommends expanding their usage for the insurance market.
Key words: state regulation, prudential control, insurance management, instruments, managerial methods.

РОЗДІЛ 7
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657

Кузнецова С. О.
Коваленко А. С.
Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ

У статті проаналізовано варіанти складання управлінської звітності в Україні. Узагальнено основні аспекти формування управлінської звітності підприємств. Запропоновано інструментарій формування управлінської звітності за основними етапами.
Ключові слова: інформація, управлінська звітність, центри відповідальності, користувачі звітності.

Постановка проблеми. Завершальним етапом облікового процесу є складання звітності в кінці звітного періоду, що полягає в узагальненні підсумкових показників, отриманих шляхом відповідної обробки даних оперативного обліку на конкретну дату. Залежно від цілей обліку звітність може узагальнювати якісні і кількісні показники як у грошовому, так і в натуральному вираженні. Важливо відзначити, що звітні дані не можуть відображати таких господарських операцій, відомостей, яких не було в поточних облікових записах. Звітність є основним джерелом інформації для аналізу, прогнозування та прийняття рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми видів і форм управлінської звітності постійно знаходяться у сфері інтересів вітчизняних учених, таких як: О.В. Акольська [1], С.Ф. Голов [2], Т.В. Ігнатенко [4], М.В. Корягін, П.О. Куцик [5], Т.Н. Назарчук [7], Л.В. Нападовська [8], В.О. Озеран [9], І.Б. Садовська [11], О.М. Стойловська [12], В.В. Ходзицька [13], О.В. Фоміна [15] та ін. До числа зарубіжних дослідників, що займаються зазначеними питаннями, належить Ч. Хорнгрен [14] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак на сучасному етапі розвитку облікової науки акцент досліджень переміщається від питань визначення сутності управлінської звітності та її місця в економічній системі підприємства до проблем формування й алгоритмів упровадження управлінської звітності у фінансово-господарську діяльність підприємств.

Мета статті полягає у розгляді основних видів управлінської звітності та її формування в системі управління підприємством, що дасть змогу прийняти успішні управлінські рішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Через особливості законодавства підприємства в Україні мають деякі зобов'язання, пов'язані з наданням різної звітності до державних органів. Для складання потрібних документів необхідно консолідувати великі обсяги внутрішньокорпоративних ресурсів. У більшості компаній формується й управлінська звітність, яку необов'язково надавати до державних органів, але багато фірм складають ці документи.

Управлінська звітність підприємства являє собою внутрішні документи, які містять певні цифри, що відображають різні аспекти бізнес-активності компанії. Така звітність є компонентом планування в бізнесі. Документи, що формують її, відображають дані, які мають досить велике значення під час підрахунку перспектив будь-яких управлінських рішень. Коли завершується той чи інший етап розвитку компанії, ці документи дають змогу провести аналіз і виявити помилки керівництва фірми, а також причини цих недоліків і можливі варіанти інших рішень.

Отже, у нашій країні протягом досить тривалого часу серед керівників різного рівня існувала думка, що основним завданням бухгалтерського обліку є складання бухгалтерської звітності і надання її до податкової інспекції, а основною вимогою до її складання – відображення інформації на підставі використання первинних документів за господарськими операціями. На підставі бухгалтерської звітності проводився аналіз минулих періодів, що давало інформацію про фінансове становище суб'єкта господарювання, результати фінансово-господарської діяльності, а також планувалися майбутні періоди. Дані підходи до бухгалтерського обліку і звітності визначили як основний напрям розвитку бухгалтерського обліку підвищення якості облікової інформації про діяльність підприємства, необхідної для прийняття економічних та управлінських рішень. Облікова інформація про фінансово-господарську діяльність представлена у фінансовій, управлінській, податковій, статистичній та інших видах звітності. Всі вони формуються на основі єдиної інформаційної бази, створюваної в системі бухгалтерського обліку.

Фінансова, управлінська, статистична, податкова та інші види звітності містять облікову інформацію, яку використовують за необхідності внутрішні і зовнішні користувачі.

Важливим є і той факт, що фінансова, бухгалтерська, управлінська звітність відрізняється. По-перше, у них різна методологія. Так, якщо два перших типи звітності є статистичними даними, які відображають обороти капіталу, то управлінська звітність не тільки відображає статистику, а й інтерпретує цифри. Таким чином, керівництво не тільки бачить цифри, а й розуміє, що вони означають. Наприклад, управлінська звітність показує, чим зумовлюється більш висока рентабельність під час виробництва конкретних видів продукції, або, навпаки, яка причина недостатніх показників виручки і занадто великих витрат різних центрів відповідальності. Такі інтерпретовані цифри в даній звітності допомагають менеджерам приймати правильні рішення, оновлювати основні засоби, вчасно модернізувати обладнання тощо.

© Кузнецова С. О., Коваленко А. С., 2017

Управлінська звітність усередині фірми за правильного і своєчасного складання сприяє визначенню менш ефективних ділянок бізнесу.

За внутрішнім насиченням інформацією управлінську звітність можна класифікувати на такі види звітів:

1) комплексні управлінські звіти;
2) тематичні управлінські звіти;
3) аналітичні управлінські звіти.

Комплексні звіти характеризують фінансово-господарську діяльність компанії у цілому і за її окремими напрямами. Звіти складаються з періодичністю запитів, а також за підсумками роботи або за звітні періоди. Звіти містять інформацію про виконання планів, рух грошових потоків, структуру доходів і витрат, величину заборгованості тощо.

Тематичні звіти складаються за потребою, містять інформацію про найбільш важливі для функціонування підприємства показники, обсяги реалізації робіт (послуг) тощо.

Аналітичні звіти складаються за запитами і містять інформацію, що розкриває причини і наслідки результатів роботи підприємства за напрямами діяльності.

Необхідно відзначити, що внутрішня звітність підприємства індивідуальна для кожного підприємства, вона не повинна і не може бути стандартною з єдиними формами звітності та інформаційної структурою, оскільки управлінський облік визначається виходячи із суто індивідуального підходу керівника (засновника) до планування стратегії і тактики поведінки в ринковому середовищі.

Провівши детальний аналіз літературних наукових джерел та практичної діяльності, доходимо висновку, що управлінська звітність не має суворого регламенту в рамках законодавства, вона формується у вільній формі і повинна відповідати виключно потребам управління певною фірмою [3; 5; 10; 11; 15]. Завдяки цьому існує велика кількість варіантів такої звітності:

1. Звіти про операційну діяльність. Операційна діяльність являє собою основну роботу фірми, яка спрямована на отримання прибутку (це виробництво товарів, надання послуг та інша діяльність, що приносить прибуток). У таку звітність входять дані про: виробництво товарів; придбання товарно-матеріальних цінностей; закупівлю сировини, витратних матеріалів та комплектуючих; запаси готової продукції на складах; рух грошових коштів; дебіторську заборгованість. Таким чином, подібний звіт відображає поточний стан справ компанії.

2. Звіти про інвестиційну діяльність. Інвестування є важливою частиною діяльності фірми, адже навіть найменше підприємство виділяє кошти, які йдуть на розвиток і розширення бізнесу. Такий вид управлінської звітності містить дані про: рух основних засобів; рух нематеріальних активів компанії; довгострокові фінансові вклади; плановані інвестиції і капітальні вкладення; виконання інвестиційних проектів.

3. Звіти про фінансову діяльність. У цьому звіті йдеться про короткострокові вкладення, про притягнення позикового й акціонерного капіталу, кредитування та управління готівкою.

4. Звіти про продажі або надані послуги. Ця звітність складається службою збуту для керівництва і топ-менеджерів підприємства. Такий документ показує, в яких обсягах реалізується продукція і з якою ціною. Іноді можуть бути відображені додаткові відомості про динаміку відвантажень, про запаси на складських приміщеннях, витрати на реалізацію продукції тощо.

5. Звіти про закупівлі. Такий звіт містить дані про закупівлі сировини, витратних матеріалів, обладнання, інструментів та інших виробничих активів. Особливо важливий цей документ на великому виробництві, де в роботі використовують велику кількість різних матеріальних цінностей. Прогноз продажів: ефективні кроки щодо його створення.

Одним із прийомів управління сучасним підприємством є поділ його на об'єкти управління – сегменти, які одночасно є об'єктами обліку і контролю для управлінців будь-якого рівня.

Основою виділення сегментів можуть бути, зокрема: вироблена продукція, товари, виконані роботи, надані послуги; основні покупці (замовники) продукції, товарів, робіт, послуг; географічні регіони, в яких здійснюється діяльність; структурні підрозділи підприємства.

Управлінський облік формує управлінську звітність, у рамках якої буде формуватися звітність за сегментами в розділі двох факторів – зовнішніх і внутрішніх [1; 2; 8; 14; 15]. Залежно від зовнішніх чинників виділяються географічні сегменти і види діяльності, а залежно від внутрішніх чинників сегментарний облік для формування управлінської сегментарної звітності можна представити таким форматами:

– за групами покупців;
– за зонами діяльності як деталізація географічних сегментів;
– сезонний;
– за видами діяльності (центри доходів);
– за центрами витрат;
– за центрами відповідальності;
– за носіями витрат (види продукції або їх групи, конкретні види послуг або виконані роботи, процеси або функції).

Інструментарій формування управлінської звітності не є визначеним. Над цією проблемою працюють науковці і практики [3; 5; 10; 15]. На нашу думку, формування управлінської звітності за основними етапами може бути згруповано та запропоновано так:

Етап 1. Складання переліку людей, яким потрібно користуватися управлінської звітністю. У цьому списку необхідно відображати генерального та комерційного директорів, топ-менеджерів, менеджерів із продажів, менеджерів із постачання, інженерно-конструкторські підрозділи, які займаються розробленням нових видів продукції, відділ маркетингу, який допомагає впровадженню нових видів продукції на ринок, допоміжні підрозділи.

Етап 2. Збір наявної управлінської звітності в тому вигляді, в якому вона є. Коли використовується бухгалтерська звітність, до комплекту необхідно включати й її.

Етап 3. Складання матриці для управлінської звітності. Складання такої матриці потребує таких відомостей, як користувачі звітів та види звітів (рис. 1).

Запропонована матриця управлінської звітності підприємства допоможе у вирішенні великого спектру проблем у колах користувачів звітності і регламентує адресну подачу оперативної інформації про діяльність компанії. Крім того, необхідно задати відповідні питання, щоб визначити, чого саме користувачам не вистачає у звіті. Так, якщо в компанії є показники, що використовуються як контрольні та цільові, потрібно включити їх у таблицю. Це вкрай важливо під час складання управлінської звітності. На даному етапі вихо-

дить картина того, як справи йдуть насправді. З неї необхідно виділити найбільш раціональні показники, щоб під час нового управлінського обліку було все, що використовувалося раніше.

Етап 4. Розроблення та створення управлінського класифікатора. На цьому етапі важливо створити грамотний класифікатор, де будуть відображатися витрати і доходи, а також рух грошових коштів і бюджет інвестицій та містити статті для обліку оборотів між статтями балансу.

Види управлінської звітності	Користувачі управлінської звітності				
	Топ менеджер	Менеджер 1	Менеджер …	Менеджер …	Менеджер N

Рис. 1. Матриця управлінської звітності підприємства

Етап 5. Прийняття рішення про те, які ще аналітичні довідники потрібні. Припустимо, звертаючи уваги на таблицю, описану вище, відразу можна зробити висновок про те, що необхідними стануть довідники по підрозділах (філіях), регіонах, номенклатурних групах, менеджерах, а також, можливо, ще й за статтями витрат і контрагентам. Дані довідники треба взяти з уже розроблених баз даних (із бухгалтерської бази даних можна взяти довідник по контрагентах, наприклад) або ж самостійно скласти нові, але погодити їх потрібно з усіма особами, які користуються звітом за даним конкретним посібником.

Етап 6. Складання основних форм звітності. Тепер необхідно розробити основні форми управлінської звітності. Потрібно перевірити, щоб звітність містила саме ту інформацію, якою керівництво користувалося раніше. Отже, форми повинні бути складені на реальних даних. Так, якщо форми розробляються в таблиці Excel, треба додати весь необхідний аналітичний облік.

Етап 7. Складання інших форм звітності. На основі використовуваних аналітичних довідників потрібно створити інші форми управлінської звітності. Спочатку слід зробити форми, які будуть аналогічні наявним на підприємстві. Далі варто розглянути матеріали схожих із вашою фірмою організацій та оцінити їх користувачів, потім треба висунути пропозицію про впровадження додаткових форм звітів.

Етап 8. Заповнення форм звітності. Заповнювати форми потрібно виключно співставними даними. Також необхідно провести узгодження заповнених.

Етап 9. Узгодження звітності з користувачами. Заповнена звітність повинна бути узгоджена з користувачами. При цьому є ймовірність, що доведеться виправляти і допрацьовувати управлінську звітність відповідно до отриманих зауважень.

Висновки. Отже, формування управлінської звітності пропонується за етапами. При цьому кожен із них дуже важливий, і потрібно стежити за правильним його проходженням. Інформація не може бути застарілою. Значення мають звіти, які можна безпосередньо використовувати в стратегічних або тактичних цілях компанії та за яким можна прорахувати ступінь досягнення цих цілей.

Управлінська звітність є тією частиною обліково-контрольного механізму підприємства, яка забезпечить можливості більш детального і ґрунтовного вивчення становища підприємства. Таким чином, управлінська звітність інтерпретує та адаптує цінну інформацію про господарську діяльність підприємства. У сучасному діловому світі виявлення проблем та можливість негайного прийняття рішень на основі управлінської звітності стає ключовим інструментарієм успішного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Акольська О.В. Управлінський облік та проблеми його функціонування в сучасних умовах управління підприємством / О.В. Акольська, О.В. Білоцерківський // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2009. – № 3. – С. 52–61.
2. Голов С. Управлінський облік на основі теорії обмежень / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 6. – С. 40–48.
3. Дисциплінарна матриця управлінської звітності : [монографія] / В.В. Сопко, М.М. Бенько, О.М. Гончаренко [та ін.] ; за заг. ред. В.В. Сопко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 456 с.
4. Ігнатенко Т.В. Управлінський облік фінансових результатів підприємства за сегментами діяльності / Т.В. Ігнатенко // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – 2011. – Вип. 28(1). – С. 196–200.
5. Корягін М.В. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерської звітності : [монографія] / М.В. Корягін, П.О. Куцик. – Київ : Інтерсервіс, 2016. – 276 с.
6. Матюха М.М. Особливості формування управлінської звітності про сукупні доходи (витрати) / М.М. Матюха // Економічний часопис XXI. – 2013. – № 1–2(2). – С. 45–48.
7. Назарчук Т.Н. До питання формування функціональної стратегії управління витратами на підприємствах / Т.Н. Назарчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 6. – С. 154–156.
8. Нападовська Л.В. Управлінський облік : [підручник] / Л.В. Нападовська ; 2-е вид., доопрац. та доп. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 648 с.
9. Озеран В.О. Стратегічний управлінський облік як складова обліково-аналітичної системи управління витратами періоду / В.О. Озеран, Т.М. Бойчук // Вісник Львівської комерційної академії. Серія «Економічна». – 2014. – Вип. 44. – С. 61–65.
10. Рудницька О.В. Звітність управлінського обліку за основними бізнес-процесами на торговельних підприємствах / О.В. Рудницька, В.С. Рудницький // Трансформаційні перетворення обліково-аналітичного забезпечення управління в умовах євроінтеграційних процесів : зб. матеріалів IV міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 110-річчю ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана» та 20-річчю Федерації професійних бухгалтерів і аудиторів України (Київ, 25 листопада 2016 р.). – К. : КНЕУ, 2016. – С. 320–323.
11. Садовська І.Б. Критерії оцінки якості управлінської звітності / І.Б. Садовська, К.Є. Нагірська // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 899–904.
12. Стойловська О.М. Проблеми розвитку системи стратегічного планування на сучасних підприємствах / М.О. Стойловська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 3. – С. 262–264.
13. Ходзицька В.В. Стратегічний управлінський облік в системі комплексного менеджменту суб'єктів господарювання / В.В. Ходзицька, Л.В. Івченко // Облік і фінанси. – 2014. – № 1. – С. 50–55.

14. Хорнгрен Ч. Управленческий учет / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар ; пер с англ. ; 10-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 1008 с.
15. Фоміна О.В. Управлінський облік у торгівлі : [монографія] / О.В. Фоміна. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 468 с.

Кузнецова С. А.
Коваленко А. С.
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Резюме
В статье проанализированы варианты составления управленческой отчетности в Украине. Обобщены основные аспекты формирования управленческой отчетности предприятий. Предложен инструментарий формирования управленческой отчетности по основным этапам.
Ключевые слова: информация, управленческая отчетность, центры ответственности, пользователи отчетности.

Kuznetsova S. O.
Kovalenko A. S.
Kharkov Institute of Trade and Economics
Kyiv National University of Trade and Economics

FORMING OF MANAGEMENT REPORTING

Summary
The article analyzes the options for compiling management reporting in Ukraine. The main aspects of forming of managerial reporting of enterprises are generalized. The toolkit for forming managerial reporting in the main stages is offered.
Key words: information, management reporting, responsibility centers, reporting users.

УДК 657.372

Мощенський С. Г.
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

РЕЛЕВАНТНІСТЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Досліджено теоретичні питання генерування релевантної інформації суб'єктами господарювання. Обґрунтовано необхідність посилення релевантності бухгалтерського балансу через деталізацію та систематизацію окремих статей, що підлягають розкриттю у розділі пасиву «власний капітал». Запропоновано рядки «неоплачений капітал» та «вилучений капітал» відображати у взаємозв'язку з рядком «зареєстрований капітал». Рекомендовано деталізувати рядок «нерозподілений прибуток» через інформацію про чистий прибуток та використання прибутку з уточненням суми нарахованих дивідендів. Запропоновано посилити релевантність інформації пасиву бухгалтерського балансу в розділі «власний капітал» аналітичними показниками «ціна» власного капіталу» та «рентабельність власного капіталу».
Ключові слова: релевантність інформації, бухгалтерський баланс, зареєстрований капітал, нерозподілений прибуток, «ціна» власного капіталу, рентабельність власного капіталу.

Постановка проблеми. Інформаційною визнають економіку, якій притаманний розвиток глобального інформаційного простору та зростання ролі інформації і знань у суспільстві. Розвиток міжнародних економічних зв'язків на рівні підприємств в умовах ринкових відносин і конкурентної боротьби неможливий без їх належного інформаційного забезпечення. У глобальному бізнес-просторі фінансова звітність стає найбільш уніфікованим і загальнодоступним джерелом інформації для отримання знань про ефективність функціонування суб'єктів господарювання та ризиків їх підприємницької діяльності.

За допомогою бухгалтерського балансу розкривається інформація та генеруються знання про майновий і фінансовий стан суб'єктів господарювання та його зміни в грошовому вимірнику на певний момент часу. З появою теорії фірми, акціонерних товариств та фондових ринків баланс став використовуватися як основне джерело інформації двома основними групами користувачів для прийняття різних рішень: власниками капіталу і кредиторами (зовнішніми користувачами) для прийняття рішень про надання ресурсів суб'єкту господарювання та адміністрацією підприємства (внутрішніми користувачами) для прийняття рішень про перспективи розвитку та максимізацію прибутку для власників.

Для того щоб дані бухгалтерського балансу могли використовуватися для прийняття управлінських рішень, вони повинні бути доречні та суттєві. Як фундаментальні якісні характеристики облікової інформації доречність та суттєвість разом характеризують релевантність. Також дані вважаються

© Мощенський С. Г., 2017

релевантними, якщо вони надходять користувачеві в потрібному обсязі й у потрібний час; мають прогностичну цінність; можуть бути використані в системі зворотного зв'язку та подані у вигляді, придатному для використання в управлінському процесі.

Міжнародні стандарти фінансової звітності не пропонують обов'язкових форматів бухгалтерського балансу, визначаючи лише перелік статей, які підлягають розкриттю у складі трьох найважливіших елементів звітності: активів, зобов'язань, капіталу. Оскільки помітною особливістю інформації, узагальненої в балансі, є її синтетичний характер, і зовнішні, і внутрішні користувачі інформації бухгалтерського балансу суб'єкта господарювання зацікавлені передусім у певній релевантності балансу для прийняття економічних рішень. Отже, забезпечення релевантності бухгалтерського балансу, тобто його доречності для прийняття рішень всіма групами користувачів, потребує деталізації та систематизації окремих його статей, що підлягають розкриттю у складі найважливіших елементів звітності, зокрема у розділі «Власний капітал» пасиву балансу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика якісних характеристик фінансової звітності та релевантності облікової інформації висвітлена в працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Вітчизняний вчений проф. С.Ф. Голов відзначає, що в сучасних умовах система бухгалтерського обліку не забезпечує формування інформації, актуальної для прийняття управлінських рішень, складання звітності для потреб різних користувачів [1, с. 153]. У монографії Л.В. Чижевської підкреслюється, що основну увагу під час складання звітності треба звертати на відображення корисної інформації, а не на обсяг даних; це уможливлює розроблення чіткої системи пояснювальних записок на основі релевантності інформації для прийняття рішень [2, с. 390]. У монографії В.А. Кулик запропоновано ввести поняття «інформаційна потужність бухгалтерського балансу» у значенні «здатність бухгалтерського балансу задовольняти інформаційні потреби користувачів під час прийняття рішень»; відзначено вплив облікової політики на формування релевантної інформації в бухгалтерському балансі [3, с. 45, 68].

У підручнику американських учених Е. Хендріксена та М. Ван Бреди з теорії бухгалтерського обліку релевантність визнається функцією передбачуваності, властивістю зворотного зв'язку і своєчасності [4, с. 91]. У дослідженні В.М. Проценко релевантність у моделюванні управлінських рішень трактується як можливість, що дає змогу зменшити наявну невизначеність; як процес урахування найбільш впливової інформації на отримання стратегічного результату діяльності суб'єкта господарювання; як засіб генерування приросту грошових коштів суб'єкта господарювання у майбутньому [5, с. 132, 136].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Накопичувані і генеровані в будь-якій інформаційній системі дані потрібні не самі по собі, вони цінні лише тоді, коли їх можна використати для аналітичного обґрунтування необхідних управлінських рішень. Огляд фахової літератури показав, що найчастіше вчені звертають увагу на те, що відображено в бухгалтерському балансі, та залишають поза увагою те, для прийняття яких рішень необхідна інформація.

Мета статті полягає у наданні рекомендацій з удосконалення вітчизняної форми бухгалтерського балансу (звіту про фінансовий стан) у частині розкриття інформації у розділі «Власний капітал» пасиву балансу для посилення її релевантності для зовнішніх та внутрішніх користувачів та поглиблення аналітичних якостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Грамотне управління будь-яким суб'єктом господарювання неможливе без належного інформаційного забезпечення сторін, фактично або потенційно зацікавлених в його функціонуванні. За НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» фінансова звітність повинна містити лише доречну інформацію, яка впливає на прийняття рішень користувачами, дає змогу вчасно оцінити минулі, теперішні та майбутні події, підтвердити та скоригувати їхні оцінки, зроблені в минулому [6]. Згідно з Концептуальною основою фінансової звітності, інформація бухгалтерського балансу є доречною (relevance), якщо вона може спричинити відмінності у рішеннях, які приймають користувачі, та має передбачувальну та підтверджувальну цінність. Фінансова інформація має передбачувальну цінність, якщо її можна використати як вхідні дані для процесів, які використовують користувачі для передбачення майбутніх доходів. Фінансова інформація має підтверджувальну цінність, якщо вона забезпечує реакцію (підтверджує або змінює) на попередні оцінки [7].

У контексті релевантності кожна стаття в пасиві бухгалтерського балансу повинна трактуватися не як лише фінансові ресурси, а й як деяке умовне джерело, за яким стоїть реальна фізична або юридична особа, що надала господарюючому суб'єкту грошові кошти в прямій або непрямій формі. Загалом статті пасиву групуються в три розділи: власний капітал, довгострокові зобов'язання, поточні зобов'язання.

У рамках бухгалтерського підходу власний капітал трактується як інтерес власників в активах суб'єкта господарювання, отже, термін «капітал» у цьому аспекті виступає синонімом чистих активів, а його величина розраховується як різниця між сумою активів суб'єкта і величиною його зобов'язань. Таке трактування відоме як фінансова концепція капіталу і відображається формально балансовою моделлю капітального рівняння: $E = A - L$, де A (Assets) – активи суб'єкта господарювання у вартісній оцінці; E (Equity) – капітал (власників); L (Liability) – зобов'язання перед третіми сторонами. Основними компонентами власного капіталу є зареєстрований (статутний), додатковий і резервний капітали, капітал у дооцінках, а також нерозподілений прибуток.

Згідно з Методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджених Наказом Мінфіну від 28.03.2013 № 433, власний капітал відображається в балансі одночасно з відображенням активів або зобов'язань, які призводять до його зміни [8]. У табл. 1 узагальнено чинні нормативні рекомендації щодо заповнення розділу «Власний капітал» пасиву балансу.

Слід зазначити, що в балансі статутний капітал розкривається в сумі, що визначена установчими документами; для акціонерного товариства величина статутного капіталу дорівнює сумі номінальних вартостей акцій незалежно від фактично сплаченої за них ціни. Збільшення (зменшення) статутного капіталу допускається за рішенням власників підприємства на річних зборах з обов'язковою зміною установчих документів. Необхідність вимушеної зміни суми статутного капіталу в бік зниження виникає, якщо його величина перевищує вартість чистих активів акціонерного товариства.

Таблиця 1

Чинний порядок заповнення розділу «Власний капітал» пасиву балансу

Назва статті пасиву балансу	Код рядка	Інформація, що розкривається	Рахунки, сальдо яких відображено
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	наводиться зафіксована в установчих документах сума статутного капіталу, іншого зареєстрованого капіталу, а також пайовий капітал у сумі, яка формується відповідно до законодавства	Кт 401, 403, 402
Капітал у дооцінках	1405	наводиться сума дооцінки необоротних активів і фінансових інструментів	Кт 411, 412, 413
Додатковий капітал	1410	відображається емісійний дохід (сума, на яку вартість продажу акцій власної емісії перевищує їхню номінальну вартість), вартість безкоштовно отриманих необоротних активів, сума капіталу, який вкладено засновниками понад статутний капітал, накопичені курсові різниці, які відповідно до Національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку відображаються у складі власного капіталу, та інші складові додаткового капіталу. Якщо інформація про розмір емісійного доходу та накопичених курсових різниць відповідає ознакам суттєвості, вона розкривається у додаткових статтях «Емісійний дохід» (р.1411) та «Накопичені курсові різниці» (р.1412). До підсумку балансу включається загальна сума додаткового капіталу	Кт 421, 424, 422, 423, 425
Резервний капітал	1415	Наводиться сума резервів, створених відповідно до чинного законодавства або установчих документів, за рахунок нерозподіленого прибутку підприємства	Кт 43
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	Відображається або сума нерозподіленого прибутку, або сума непокритого збитку. Сума непокритого збитку наводиться в дужках та вираховується під час визначення підсумку власного капіталу	Кт 441 (Дт 442)
Неоплачений капітал	1425	Відображається сума заборгованості власників (учасників) за внесками до статутного капіталу. Ця сума наводиться в дужках і вираховується під час визначення підсумку власного капіталу	(Дт 46)
Вилучений капітал	1430	Господарські товариства відображають фактичну собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених товариством у його учасників. Сума вилученого капіталу наводиться в дужках і підлягає вирахуванню під час визначення підсумку власного капіталу	(Дт 45)
Усього за розділом	1495	Підсумок рядків 1400 + 1405 + 1410 + 1415 ± 1420 – 1425 - 1430	∑

Джерело: складено за [8]

Необхідно підкреслити, що абсолютна величина статутного капіталу має певну значимість лише в момент реєстрації підприємства. У подальшій діяльності підприємства для власника акцій (інвестора) важливим є не номінал належних йому акцій, а його частка в капіталі. Також, згідно з чинним законодавством, акціонер у терміни, встановлені установчими зборами, але не пізніше року після реєстрації акціонерного товариства зобов'язаний оплатити повну вартість акцій. Таким чином, неоплачена частина статутного капіталу буде існувати тільки один рік. Отже, у структурі розділу «Власний капітал» пасиву балансу недоречно виокремлювати спеціальний рядок 1425 «Неоплачений капітал», інформація за яким після року існування підприємства завжди буде відсутня. За рядком 1430 «Вилучений капітал» показується вартість акцій, викуплених підприємством у акціонерів для їх подальшого перепродажу або анулювання. Виходячи з принципу обережності, ці інструменти власного капіталу розглядаються як регулятив до статутного капіталу. Таким чином, з позиції релевантності бухгалтерського балансу інформацію про неоплачений та вилучений капітал у разі її наявності доцільно показувати у взаємозв'язку з рядком 1400 «Зареєстрований капітал».

Доречно додати, що з позиції релевантності рядок 1405 «Капітал у дооцінках» також вельми оманливий за своєю природою, оскільки дає змогу маніпулювати оцінками і бухгалтерськими процедурами, зокрема для впливу на формування у користувачів уявлення про майновий та фінансовий стан підприємства через переоцінку, адже вона не потребує проведення додаткових комерційних операцій. Тому до трактування капіталу у дооцінках як повноцінного джерела фінансування користувачам інформації бухгалтерського балансу потрібно ставитися з обережністю.

Згідно із Законом України «Про акціонерні товариства», резервний капітал формується у розмірі не менше ніж 15% статутного капіталу товариства шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку. До досягнення встановленого статутом розміру резервного капіталу розмір щорічних відрахувань не може бути меншим ніж 5% суми чистого прибутку товариства за рік. Резервний капітал створюється для покриття збитків товариства, а також для виплати дивідендів за привілейованими акціями [9]. Таким чином, формування резервного капіталу є реструктуруванням розділу «Власний капітал» пасиву балансу. Поява цієї статті в балансі не супроводжується рухом реальних фінансових потоків. Теоретично можна залишити резервний капітал і в складі нерозподіленого прибутку. Проте наявність інформації про резервний капітал знижує можливу стурбованість кредиторів у частині захисту їх інтересів у разі припинення діяльності, тому резервний капітал слід вважати своєрідним дублем статутного капіталу через «перекидання» частини нерозподіленого прибутку в резервний капітал, напрями використання якого обмежені, а інформацію про резервний капітал у балансі релевантною.

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) є одним із найважливіших рядків балансу, на який насамперед звертають увагу користувачі (аналітики). Необхідно підкреслити, що чистий прибуток – це прибуток, що залишився в розпорядженні власників суб'єкта господарювання після оподаткування та нарахування фінансових та інших неопераційних витрат. Потім відбувається розподіл чистого прибутку на виплату дивідендів, реінвестування до зареєстрованого капіталу, відрахування до резервного капіталу, та визначається нерозподілений прибуток. Після розподілу

Таблиця 2

Рекомендований порядок розкриття інформації у розділі «Власний капітал» пасиву бухгалтерського балансу з урахуванням характеристики релевантності

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
І. Власний капітал			
Зареєстрований капітал, у тому числі	1400		
неоплачений капітал	1401	( )	( )
вилучений капітал	1402	( )	( )
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток), у тому числі:	1420		
чистий прибуток	1421		
використання прибутку, у тому числі:	1422		
– сплата дивідендів	1423		
Усього чистих активів	**1495**		
Вартість власного капіталу, % (р.1423 / р.1400 Ч 100%)	1496		
ROE (прибутковість власного капіталу), % (р.1421 / р. 1495 Ч 100%)	1497		

чистого прибутку за результатами звітного року рішенням власників залишок нерозподіленого прибутку приєднується до нерозподіленого прибутку минулих років. Підприємство повинно відображати в балансі нерозподілений прибуток (непокритий збиток) звітного періоду накопичувальним підсумком із початку року.

Якщо річний баланс складено до зборів акціонерів, то в разі заповнення рядку «Нерозподілений прибуток» у ньому буде наведено весь чистий прибуток, отриманий за минулий рік. Якщо річний баланс складено одразу ж після зборів акціонерів, то у цьому рядку буде наведено лише ту частину чистого прибутку, яка залишилася нерозподіленою. Вочевидь, що з позиції релевантності бухгалтерського балансу одна пасивна стаття у рядку 1420 «Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)» може деталізуватися на декілька: «чистий прибуток» і «використання прибутку» з уточненням суми нарахованих дивідендів, у сумі рівних початковій.

Економічна практика накопичила сотні різних кількісних відносних індикаторів, які відіграють важливу роль в управлінні підприємством. У міжнародній і вітчизняній обліково-аналітичній практиці алгоритми розрахунку показників опрацьовано досить детально; відомо десятки аналітичних коефіцієнтів, які регулярно публікуються в інформаційно-довідкових файлах спеціалізованих інформаційно-аналітичних агентств. Для посилення релевантності бухгалтерського балансу у розділі «Власний капітал» рекомендується розкривати інформацію про такі аналітичні показники: «ціна» власного капіталу» та «рентабельність власного капіталу» (ROE).

У табл. 2 представлено рекомендації щодо розкриття інформації у розділі «Власний капітал» пасиву балансу з урахуванням характеристики релевантності для прийняття рішень користувачами.

Висновки. В інформаційній економіці фінансова звітність суб'єктів господарювання є єдиним засобом комунікації, достовірність якого є досить високою. Формалізована інформаційна база, наведена у структурі сучасного бухгалтерського балансу, через його невідповідність інформаційній економіці реально не репрезентує фінансово-майнову позицію підприємства. Для надання користувачам повної, корисної та неупередженої інформації для прийняття економічних рішень баланс повинен відповідати певній системі принципів та якісних характеристик, що забезпечують набуття даними балансу релевантності.

Інформація, що міститься у бухгалтерському балансі, повинна бути універсальною, щоб задовольняти потреби широкого кола користувачів для прийняття адекватних економічних рішень без складання спеціальних звітів із конкретною вузькою інформацією. Користувач (аналітик) повинен розуміти алгоритм формування звітної статті в системі бухгалтерського обліку, уявляти, як сума за цією статтею «приходить» на баланс. Інформаційна якість балансових статей напряму впливає на якість і результативність аналітичних висновків та прийнятих рішень користувачами.

Список використаних джерел:

1. Голов С.Ф. Футурологія бухгалтерського обліку / С.Ф. Голов // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – № 794. – С. 153–157.
2. Чижевська Л.В. Бухгалтерський баланс: проблеми теорії і практики : [монографія] / Л.В. Чижевська. – Житомир : ЖІТІ, 1998. – 408 с.
3. Кулик В.А. Бухгалтерський баланс: минуле, сучасне, майбутнє : [монографія] / В.А. Кулик. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 186 с.
4. Хендриксен Э.С. Теория бухгалтерского учета / Э.С. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда ; пер. с англ. ; под ред. проф. Я.В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 576 с.
5. Проценко В.М. Формування управлінських рішень на основі релевантного підходу / В.М. Проценко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2013. – № 4. – С. 131–138.
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ від 07.02.2013 № 73 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13.
7. Концептуальна основа фінансової звітності / IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.09.2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_009.

8. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності : Наказ від 28.03.2013 № 433 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zakon.help/law/433/nopagination.
9. Закон України «Про акціонерні товариства» від 11.06.2017 № 514-17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/514-17.

Мощенский С. Г.
Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

РЕЛЕВАНТНОСТЬ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Резюме
Исследованы теоретические вопросы генерирования релевантной информации субъектами хозяйствования. Обоснована необходимость усиления релевантности бухгалтерского баланса путем детализации и систематизации отдельных статей, подлежащих раскрытию в разделе пассива «собственный капитал». Предложено строки «неоплаченный капитал» и «изъятый капитал» отражать во взаимосвязи со строкой «зарегистрированный капитал». Даны рекомендации по детализации строки «нераспределенная прибыль» с помощью информации о чистой прибыли и использовании прибыли с уточнением суммы начисленных дивидендов. Предложено усилить релевантность информации пассива бухгалтерского баланса в разделе «собственный капитал» основными аналитическими показателями: «цена» собственного капитала» и «рентабельность собственного капитала».
Ключевые слова: релевантность информации, бухгалтерский баланс, зарегистрированный капитал, нераспределенная прибыль, «цена» собственного капитала, рентабельность собственного капитала.

Moschenskyy S. G.
Kiev National Economic University named after Vadym Hetman

THE BALANCE SHEET RELEVANCE IN THE INFORMATION ECONOMY

Summary
The theoretical aspects of relevant information generation by economic entities have been investigated. The necessity increasing of the balance sheet relevance through detailing and systematization some lines in the section passive "equity" has been substantiated. Represent lines "unpaid capital" and "withdrawn capital" in conjunction with line "registered capital" have been proposed. The detailing line "retained earnings" has been recommended through information about net profit and profits use with clarification sum of accrued dividends. The strengthening of information relevance in the section "equity" balance sheet passive using the main analytical indicators: "price" of equity and return on equity has been proposed.
Key words: information relevance, balance sheet, registered capital, retained earnings, equity price, return on equity.

РОЗДІЛ 8
МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 330.46

Лобода О. М.
Кириченко Н. В.
Ларченко О. В.
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РІЗНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Досліджено методи, моделі та алгоритми вирішення завдань упровадження інформаційних технологій у процес управління аграрними підприємствами для підвищення ефективності роботи підприємств в умовах розвитку ринкових відносин. Показано необхідність удосконалення методів функціонування сільськогосподарських підприємств й методів з оптимізації управління аграрними підприємствами. Доопрацьовано інформаційні моделі визначення максимального обсягу випуску продукції та максимального прибутку, а також оптимальної поведінки виробника в умовах конкуренції та монополії.
Ключові слова: модель, система управління, ідентифікація системи, виробничі функції, оптимізація управління.

Постановка проблеми. Для створення автоматизованих систем управління, на основі реалізації принципу оптимальності потрібні розроблення та використання моделей технологій виробництва. Основним учасником процесу виробництва, розподілу та споживання благ є виробник, визначений як деякий об'єкт, що виробляє витрати факторів, засобів виробництва [1, с. 20]. Основне завдання, з яким зустрічається виробник, полягає у грамотному управлінні виробництвом на основі сучасних інформаційних технологій, а також у визначенні кількості продукції та розрахунку необхідних для її випуску витрат відповідно до прийнятої технології виробництва та цінами на використані ресурси і на власну продукцію. Очевидно, що рішення про випуск і витрати не можуть прийматися незалежно один від одного, тому що певні технологічні залежності обмежують можливості вибору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники протягом тривалого часу одержували нові відомості про властивості сільськогосподарських виробничих функцій. Однак історично ці дослідження планувалися і проводилися осторонь від формалізованих у виді рівнянь регресії виробничих функцій [2, с. 75]. Також проведення досліджень планувалося на основі явища дискретності, тобто застосовувалися два або кілька технологічних способів виробництва для визначення крапкових оцінок виходу сільськогосподарських культур і продуктів тваринництва залежно від рівня витрат факторів виробництва. У деяких випадках, хоча це і був побічний результат, отриманих даних було достатньо для висновку простих рівнянь регресії або кривих, що показують залежність випуску від витрат. Частіше експерименти і статистичні методи давали змогу лише одержати вказівки про те, чи існує математично значима різниця між рівнями врожаю або виходу продукції, що відповідають двом або трьом технологіям або рівням витрат.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Кожний виробник, ухвалюючи рішення щодо витрат і обсягу продукції, переслідує ту або іншу мету. Раніше затвердився підхід, відповідно до якого виробник прагне приймати такі рішення, які забезпечували б йому одержання максимального прибутку. Однак у виробника можуть бути й інші цілі: максимізація обсягу продажів, доходу в розрахунку на одного працівника, мінімізація витрат та ін. Ми будемо дотримуватися традиційно прийнятої точки зору: виробник прагне максимізувати свій прибуток. Побудована виходячи із цього міркування теорія виробництва дає досить реалістичний опис економічної діяльності виробника [3, с. 25].

Мета статті полягає у розробленні інформаційної моделі оптимальної поведінки виробника в умовах конкуренції та монополії та формуванні методики визначення максимального прибутку на основі функцій попиту та пропозиції продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виробництво благ здійснюється за допомогою використання певних факторів виробництва відповідно до заданої технології. Нас цікавлять не фізичні або хімічні характеристики цієї технології, а ті кількісні залежності, які є між витратами ресурсів і випусками продукції й зумовлені цією технологією. Блага, що випускаються виробником, надалі будемо, як це прийнято в економіці, називати продукцією. Виробник може споживати (використовувати для виробництва) кілька факторів (ресурсів) і випускати кілька видів продукції. Позначимо через $x_j (j = \overline{1,n})$ кількість j-го фактору виробництва, використовуваного виробником. Тоді обсяги витрат усіх факторів виробництва, що використовується виробником, можна представити як вектор $x = (x_1, x_2, ..., x_n)$, що має назву «вектор витрат факторів виробництва або виробничих ресурсів». Під простором витрат E_+^n будемо розуміти множину всіляких векторів витрат виробника, що є невід'ємним орантом n-мірного векторного простору Ет, тобто $E_+^n = \{x = (x_1, x_2, ..., xn): x_j \geq 0,\ j = \overline{1,n}\}$. Простір витрат може являти собою й деяку замкнуту або відкриту множину витрат $G \in E_+^n$. Тут $x_1^{\min}$ і $x_2^{\min}$ – мінімальні обсяги ресурсів, необхідних для підтримки процесу виробництва в робочому стані, $x_1^{\max}$ і $x_2^{\max}$ – максимальні обсяги ресурсів, наявних на ринку ресурсів. Варто зауважити, що, як і у випадку споживача, під час моделювання поведінки виробника простір витрат

© Лобода О. М., Кириченко Н. В., Ларченко О. В., 2017

може бути представлений у вигляді безперервної множини, дискретної множини або дискретно-безперервної множини. Але ми надалі будемо розглядати тільки безперервний простір факторів виробництва, тобто будемо припускати, що всі фактори виробництва будуть розподілені [4, с. 80].

Кожному вектору x витрат факторів виробництва відповідають певні обсяги випуску продукції за даної технології. Позначимо через y_i $(i=\overline{1,m})$ обсяг випуску i-го виду продукції, тоді вектор $y=(y_1,y_2,...,y_m)$ являє собою обсяги випуску продукції всіх видів, вироблених виробником, під час використання витрат факторів виробництва, заданих вектором x. Вектор у назвемо вектором випуску продукції. Таким чином, вектор витрат x визначає вектор y випуску продукції. Пари векторів (x, y) називають технологічним процесом. Сукупність усіляких технологічних процесів (x, y) називають технологічною множиною виробника, або множиною виробничих можливостей. У структурі технологічної множини відображаються особливості технології, так що вивчення технології виробника зводиться до вивчення його технологічної множини. Виробника, мабуть, повинні цікавити найбільш ощадливі перетворення виробничих ресурсів у продукти. Технологічний процес (x^*, y^*) називається ефективним або оптимальним по Парето [5, с. 216], якщо не існує іншого процесу виробника, більш ефективного, ніж (x^*, y^*). Природно, що виробника повинні цікавити тільки ефективні технологічні процеси. Таким чином, існує певна залежність між використовуваними об'ємами факторів виробництва й максимальним рівнем виробництва, якого вони дають змогу досягти. Розглянемо найбільш простий випадок. Нехай виробник випускає тільки один вид продукції, що забезпечується одним єдиним фактором виробництва, наприклад працею. Тоді використання праці в обсязі x^* дає змогу випустити максимальний обсяг продукції y^* або будь-який інший обсяг продукції z, менший, ніж y^*. Тоді процес (x^*, y^*) буде ефективним, а всі інші процеси (x^*, z), де $0 \le z < y^*$ будуть неефективними.

За безперервної зміни кількості використаної праці ефективні процеси будуть зображуватися кривою, а множина всіх технологічних процесів (технологічна множина) – областю, укладеною між цією кривою та віссю $0x$. Пари векторів (x, y), що задають технологічний процес, можна розглядати як вектор простору E^{n+m}, що називається вектором витрат – випуску виробника. Тоді технологічна множина – множина всіляких векторів витрат-випусків у просторі E^{n+m}. Звичайно приймається додаткова гіпотеза про те, що технологічна множина опукла. Розглянемо такі технологічні процеси, у кожному з яких виготовляється тільки один продукт. Такі процеси назвемо однопродуктовими. Нехай під час виготовлення однієї одиниці продукції ресурс j-го виду використовується в кількості a_j. Тоді вектор витрат на одиницю продукції $a=(a_1,a_2,...,a_n)$. Якщо випуск продукції становить у одиниць, то тоді вектор витрат ресурсів – $x = ya$. Нехай тепер той самий продукт виробляється декількома (r) технологічними процесами, причому кожний процес, за певного сполучення ресурсів, забезпечує випуск однієї одиниці продукції. Ці процеси задаються векторами витрат $a_1 = \begin{pmatrix} a_{11} \\ a_{21} \\ \vdots \\ a_{n1} \end{pmatrix}$, $a_2 = \begin{pmatrix} a_{12} \\ a_{22} \\ \vdots \\ a_{n2} \end{pmatrix}, ..., a_r = \begin{pmatrix} a_{1r} \\ a_{2r} \\ \vdots \\ a_{nr} \end{pmatrix}$ простору E^n_+ Якщо $y_1,y_2,...,y_r$ – кількість продукції, що випускається, відповідно 1, 2,…r процесами, тоді загальний випуск продукції – $y=y_1+y_2+...+y_r$, а вектор витрат ресурсів – $x=a_1y_1+a_2y_2+...+a_ny_n$.

Тоді пари $(x, y) = \begin{pmatrix} a_1y_1 \\ y_1 \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} a_2y_2 \\ y_2 \end{pmatrix} + ... + \begin{pmatrix} a_ry_r \\ y_\kappa \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} a_1y_1 + a_2y_2 + ... + a_ry_r \\ y_1 + y_2 + ... + y_r \end{pmatrix}$

при $y_1 \ge 0$, $y_2 \ge 0,...,y_r \ge 0$ задають технологічну множину. Рішення цієї задачі й виявить ті процеси, які варто використати у виробництві даного виду продукції у цій ситуації, тобто це ті процеси, вектори витрат яких увійдуть в оптимальний базис.

Виробник, як було сказано, намагається домогтися, щоб використані процеси були ефективними, таким чином, зацікавленість представляє не всю технологічну множину, а його границю. Отже, достатньо розглядати лише функцію, що задає границю технологічної множини [6, с. 130]. Така функція й називається виробничою. У загальному виді цю функцію можна записати в такий спосіб: $\Phi(x,y) = \Phi(x_1,x_2,...,x_m) = 0$. Вона зв'язує витрати x та випуск продукції у за ефективних технологій, але знайти її для сільськогосподарських задач, як було показано раніше, досить важко.

У змішаній економіці різні виробники можуть функціонувати за різних ринкових структур. Нас будуть цікавити структури, зумовлені різним ступенем зрілості ринкових відносин: досконала конкуренція, монополія, монопсонія, олігополія й олігопсонія. Ці типи ринків розрізняються між собою передусім кількістю учасників, що виступають як у ролі продавців, так і в ролі споживачів. Розглянемо кожну із цих форм ринкових структур:

1. Виробник діє на ринку товарів і послуг і на ринку факторів виробництва в умовах досконалої конкуренції, якщо: ціни кожного фактору виробництва заздалегідь задані; ціна виробленої продукції фіксована; ціни на фактори виробництва й вироблену продукцію не залежать від прийнятих виробником рішень; виробник може придбати будь-яку необхідну кількість факторів виробництва; виробник може збути всю свою вироблену продукцію. Це означає, що виробник споживає незначну кількість факторів виробництва й робить відносно мало продукції порівняно із загальними обсягами факторів виробництва й продукції ринків, так що його дії не позначаються на цінах ринків.

2. Виробник має монополію на ринку благ (товарів і послуг) під час реалізації свого продукту, коли: тільки він один постачає на ринок цей продукт; попит на цей продукт формується великою кількістю споживачів, що діють незалежно один від одного. У цих умовах виробник має справу з попитом, величина якого змінюється залежно від ціни на продукцію, але характер цієї зміни не залежить прямо від його рішень, тобто ціна на продукцію залежить тільки від кількості продукції, що виробник запропонує для продажу на ринок. Таким чином, монополіст може вплинути на ціну продукції, варіюючи обсяг випуску своєї продукції.

3. Виробник функціонує на ринку ресурсів в умовах монопсонії, коли: виробник є єдиним покупцем факторів виробництва на ринку ресурсів; ціни на фактори виробництва можуть варіюватися залежно від обсягу їхнього попиту. У цьому разі, будучи єдиним покупцем деякого ресурсу, виробник може вплинути на його ціну шляхом збільшення або зменшення попиту на нього, тобто виробник може придбати більшу кількість даного ресурсу, запропонувавши більшу плату (ціну) за нього.

4. Виробник діє в умовах олігополії, якщо: на ринку товарів і послуг діє невелике число виробників того самого продукту; кожний із виробників робить значний внесок у місткість ринку, так що кожний із них має можливість робити дію на ціну продукції. У цьому разі, приймаючи власне рішення про випуск продукції, виробник повинен ураховувати й рішення, прийняті іншими виробниками, що діють на ринку товарів і послуг.

5. Виробник діє в умовах олігопсонії, коли: на ринку ресурсів діє невелике число виробників, що придбають ті самі фактори виробництва; кожний із виробників придбає порівняно великий обсяг ресурсів, так що кожний із них може впливати на ціну ресурсів. У такій ситуації виробник також не може мати повного впливу на ринку ресурсів, тому що величина цін і обсягів ресурсів, які здобуті, залежить від дій кожного з виробників, що придбають ресурси на цьому ринку.

У змішаній економіці можна виділити: дрібних виробників; середніх виробників; великий бізнес. Дрібні виробники, як правило, утворюють найбільший за чисельністю сектор економіки. Цей сектор відіграє велику роль у підтримці конкурентних відносин в економіці та швидше за інших реагує на економічну обстановку, що змінюється, пристосовуючись до неї. Ці виробники, як правило, діють в умовах досконалої конкуренції.

Середні виробники найчастіше спеціалізуються на випуску продукції, що користується постійним, але обмеженим попитом. Їм доводиться конкурувати як із дрібним, так із великим бізнесом. Вони виступають найчастіше в ролі мінімонополій.

Великий бізнес робить масову, стандартну продукцію, розраховану на широко розповсюджені потреби. Він виступає в ролі великих монополій, тому що саме монополія має у своєму розпорядженні найкращі можливості для випуску масової продукції.

Припустимо, що основна мета виробника полягає у максимізації прибутку шляхом вибору набору x витрат ресурсів за заданої виробничої функції $y=f(x)$, ціні p продукції, що випускається, та вектори цін $q=(q_1,q_2,...,q_n)$ ресурсів, тобто передбачається, що виробник діє в умовах досконалої конкуренції. Прибуток Π дорівнює доходу за винятком витрат виробництва, тобто:

$$\Pi=py-(q_1x_1+q_2x_2+...+q_nx_n)=py-\sum_{j=1}^{n}q_jx_j.$$

Будемо розрізняти довгострокову задачу виробника й короткострокову. У довгостроковій перспективі виробник може вибрати будь-який вектор витрат із простору витрат E^n_+. Тому задача формулюється так: знайти $\max\Pi=py-\sum_{j=1}^{n}q_jx_j$ за умов x $y=f(x_1,x_2,\ldots,x_n)$, $x_j\geq 0$, $j=\overline{1,n}$.

У короткостроковій задачі з'являються обмеження на вибір витрат через облік, наприклад, різних лімітів поставок ресурсів по договірних зобов'язаннях. У цій задачі виробник повинен вибрати такий вектор витрат $x=(x_1,x_2,\ldots,x_n)$, що максимізує прибуток $\Pi=py-\sum_{j=1}^{n}q_jx_j$, де $y=f(x_1,x_2,\ldots,x_n)$, за додаткових умов $g_i(x_1,x_2,\ldots,x_n)\leq b_i$, $i=\overline{1,m}$, $x_j\geq 0$, $j=\overline{1,n}$. Довгострокові й короткострокові задачі виробника належать до задач математичного програмування. Обмежимося тут дослідженням тільки довгострокової задачі виробника. Необхідними умовами для максимізації прибутку (умови Куна-Таккера) за $j=\overline{1,n}$, $x_j\geq 0$ є:

$$\frac{\partial\Pi}{\partial x_j}=p\frac{\partial y}{\partial x_j}-q_j\leq 0,\ \frac{\partial\Pi}{\partial x_j}x_j=\left(p\frac{\partial y}{\partial x_j}-q_j\right)x_j=0.$$

Із цих умов виходить, що якщо $x_j>0$, то $p\frac{\partial y}{\partial x_j}-q_j=0$ або $p\frac{\partial y}{\partial x_j}=q_j$. Якщо ж $p\frac{\partial y}{\partial x_j}-q_j<0$, то $x_j=0$. Помітимо, що $p\frac{\partial y}{\partial x_j}$ являє собою вартість граничного продукту в точці оптимуму для j-го ресурсу. Звідси можна зробити висновок: якщо ресурс використовується для досягнення максимуму прибутку, тоді вартість граничного продукту для ресурсу j дорівнює вартості одиниці використаного ресурсу. Якщо ж вартість граничного продукту для ресурсу j менше вартості одиниці ресурсу, що використовується, то цей ресурс недоцільно використовувати у виробництві. Припустимо, що в точці оптимуму всі ресурси використовуються, тобто $x^*>0$. Якщо $j=\overline{1,n}$, тоді в точці оптимуму маємо: $p\frac{\partial y}{\partial x_i}=q_j$. Ці умови можна записати у вигляді $p=q_j/\frac{\partial y}{\partial x_j}$, що означає: ціна продукту співпадає з витратами на одиницю граничного продукту. Таким чином, для всіх ресурсів, затрачуваних у виробництві, ми одержуємо умови максимуму прибутку при $j=\overline{1,n}$: $p\frac{\partial f}{\partial x_j}=q_j$, які означають, що коли виробник працює оптимально (з максимальним прибутком), вартість додаткового продукту на додаткову одиницю використаного ресурсу j-го виду дорівнює ціні цього ресурсу. Якби ця умова не була виконана, то або $p\frac{\partial f}{\partial x_j}>q_j$ або $p\frac{\partial f}{\partial x_j}<q_j$. У першому випадку має сенс збільшити використання j-го ресурсу, поки не буде виконана умова $p\frac{\partial f}{\partial x_j}=q_j$, тому що одиниця його додаткового використання дає виробникові додатковий прибуток $\Pi j=\frac{\partial f}{\partial x_j}-q_j$.

У другому випадку збільшення j-го ресурсу приводить до збитку у зв'язку з тим, що $p\frac{\partial f}{\partial x_j}-q_j<0$, тому прагнення збільшити прибуток приводить до зменшення збитку, тобто зменшенню використання j-го ресурсу, поки не буде виконана умова $p\frac{\partial f}{\partial x_j}=q_j$ або поки j-й ресурс не буде виключений із виробництва ($x_j=0$). Таким чином, за фіксованих цін ми маємо n рівнянь, причому $j=\overline{1,n}$, $p\frac{\partial f}{\partial x_j}=q_j$, з яких можна визначити значення кількостей $x_1^*,x_2^*,\ldots,x_n^*$ ресурсів, за яких прибуток виробника максимальний. Витрати є функцією $C(y)$ від випуску y, і якщо функція $C(y)$ явно задана, то задача максимізації прибутку зводиться до знаходження максимуму функції однієї змінної

$$y\text{-}\Pi(y)=py\text{-}C(y).$$

Необхідною умовою оптимальності є $\frac{d\Pi}{dy}=p-\frac{dC}{dy}=0$, тобто $\frac{dC}{dy}=p$, що означає рівність граничних витрат і ціни продукції. Достатньою умовою максимуму є позитивність другої похідної $\frac{d^2C}{dy^2}$. Це означає, що граничні витрати повинні зростати. Оптимальний рівень випуску за ціни p і заданих цінах на ресурси перебуває з умови $\frac{dC}{dy}=p$.

Виробник у короткий період, визначаючи обсягу випуску продукції, зіштовхується із цілою низкою обмежень виробничого характеру: недостачею машино-годин роботи різних видів устат-

кування, обмеженими обсягами сировини, матеріалів, недоліком кваліфікованої праці та ін. Всі ці фактори взяті разом призводять до появи «вузьких місць» у виробництві. Подолання цих ускладнень сполучено з більшими витратами, а часто взагалі неможливо протягом короткого періоду часу (місяця, кварталу, року). У зв'язку із цим, приймаючи рішення про обсяги випуску продукції, у цих складних умовах для одержання максимального прибутку виробник повинен урахувати обмеження на використані обсяги ресурсів.

Розглянемо, як змінюються випуск продукції виробника і його попит на фактори виробництва за зміни ціни p на продукцію й цін $q_1, q_2,\ldots,q_n$ на фактори виробництва. Ці зміни характеризуються частками похідних функцій $y^*, x_1^*, x_2^*,\ldots,x_n^*$ за ціною p і цінами $q_1,q_2,\ldots,q_n$ факторів. Можна показати, що завжди $\frac{\partial y^*}{\partial p} > 0$, тобто зростання ціни продукції завжди призводить до збільшення оптимального випуску продукції, тобто крива випуску (пропозиції) продукції є зростаючою.

Крім того, існують такі ресурси, для яких $\frac{\partial x_j^*}{\partial p} > 0$, тобто зростання ціни продукції повинно призвести до підвищення попиту на деякі ресурси, тому що випуск продукції при цьому буде зростати. Такі ресурси називаються цінними. Якщо $\frac{\partial x_j^*}{\partial p} < 0$, то ресурс j називається малоцінним, тобто зростання ціни продукції призводить до зменшення попиту на цей ресурс.

Можна також установити, що $\frac{\partial x_j^*}{\partial p_j} < 0$, тобто підвищення ціни ресурсу призводить завжди до зменшення попиту на цей ресурс. Ресурси діляться на дві категорії: взаємозамінні та взаємодоповнюючі. Ресурси j і k називаються взаємозамінними, якщо $\frac{\partial x_j^*}{\partial p_k} > 0$, тобто якщо підвищення ціни на k-й ресурс викликає підвищений попит на j-й ресурс. Ресурси j і k називають взаємодоповнюючими, якщо $\frac{\partial x_j^*}{\partial p_k} < 0$, тобто підвищення ціни на k-й ресурс веде до зниження попиту не тільки на k-й ресурс, а й на j-й ресурс. Проілюструємо викладене на прикладі. Як було встановлено, для виробничої функції $y = x_1^{1/2} x_2^{1/3}$ функціями попиту на фактори виробництва є $x_1^* = \frac{p^6}{144q_1^4q_2^2}$, $x_2^* = \frac{p^6}{216q_1^3q_2^3}$, а функцією пропозиції продукції – $y^* = \frac{p^5}{72q_1^3q_2^2}$.

Обчислимо реакції виробника за зміни ціни p продукції – $\frac{\partial x_1^*}{\partial p} = \frac{6p^5}{144q_1^4q_2^2} = \frac{p^5}{24q_1^4q_2^2} > 0$, тобто попит на перший фактор виробництва росте під час росту ціни продукції. Аналогічно $\frac{\partial x_2^*}{\partial p} = \frac{6p^5}{216q_1^3q_2^3} = \frac{p^5}{36q_1 3q_2^3} > 0$. Тому що $\frac{\partial x_1^*}{\partial p_1} = -\frac{p^6}{36q_1^5q_2^2} < 0$, то $\frac{\partial x_2^*}{\partial q_2} = -\frac{p^6}{72q_1^3q_2^4} < 0$, то з ростом ціни факторів виробництва попит на кожний із них падає. Як неважко переконатися, $\frac{\partial x_1^*}{\partial q_2} = \frac{\partial x_2^*}{\partial q_1} = -\frac{p^6}{72q_1^4q_2^3} < 0$, і, отже, ці два фактори виробництва є взаємнододані. Для функцій попиту на фактори виробництва та функції пропозиції продукції можна визначити коефіцієнти еластичності за цінами $p,q_1,q_2,\ldots,q_n$... Тому реакцію виробника на зміну цін можна виміряти й за допомогою коефіцієнта еластичності. Обчислимо коефіцієнт еластичності для функцій нашого прикладу:

а) $E_1^p = \frac{\partial x_1^*}{\partial p} \div \frac{x_1^*}{p} = \frac{p^5}{24q_1^4q_2^2} \div \frac{p^5}{144q_1^4q_2^2} = 6 > 0;$

$E_1^{q_1} = \frac{\partial x_1^*}{\partial q_1} \div \frac{x_1^*}{q_1} = -\frac{p^6}{36q_1^5q_2^2} \div \frac{p^6}{144q_1^5q_2^2} = -4 < 0;$

$E_1^{q_2} = \frac{\partial x_1^*}{\partial q_2} \div \frac{x_1^*}{q_2} = -\frac{p^6}{72q_1^4q_2^3} \div \frac{p^6}{144q_1^4q_2^3} = -2 < 0;$

б) $E_2^p = \frac{\partial x_2^*}{\partial p} \div \frac{x_2^*}{p} = \frac{p^5}{36q_1^3q_2^3} \div \frac{p^5}{216q_1^3q_2^3} = 6 > 0;$

$E_2^{q_1} = \frac{\partial x_2^*}{\partial q_1} \div \frac{x_2^*}{q_1} = -\frac{p^6}{72q_1^4q_2^3} \div \frac{p^6}{216q_1^4q_2^3} = -3 < 0;$

$E_2^{q_2} = \frac{\partial x_2^*}{\partial q_2} \div \frac{x_2^*}{q_2} = -\frac{p^6}{24q_1^3q_2^4} \div \frac{p^6}{72q_1^3q_2^4} = -3 < 0;$

в) $E_y^p = \frac{\partial y^*}{\partial p} \div \frac{y^*}{p} = \frac{5p^4}{72q_1^3q_2^2} \div \frac{p^4}{72q_1^3q_2^2} = 5 > 0;$

$E_y^{q_1} = \frac{\partial y^*}{\partial q_1} \div \frac{y^*}{q_1} = -\frac{p^5}{24q_1^4q_2^2} \div \frac{p^5}{726q_1^4q_2^2} = -3 < 0;$

$E_y^{q_2} = \frac{\partial y^*}{\partial q_2} \div \frac{y^*}{q_2} = -\frac{p^5}{36q_1^3q_2^3} \div \frac{p^5}{72q_1^3q_2^3} = -2 < 0.$

Тому що ці функції однорідні нульового ступеня, сума всіх коефіцієнтів еластичності для кожної з них дорівнює нулю, тобто $E_1^p + E_1^{q_1} + E_1^{q_2} = 6 - 4 - 2 = 0$, $E_2^p + E_2^{q_1} + E_2^{q_2} = 6 - 3 - 3 = 0$, $E_y^p + E_y^{q_1} + E_y^{q_2} = 5 - 3 - 2 = 0$.

Отже, якщо функції попиту на фактори виробництва та функція пропозиції продукції знайдені в явній формі, то ми можемо визначити, як реагує виробник під час зміни цін на продукцію та на фактори виробництва, тобто яка чутливість оптимальних витрат факторів і обсягу випуску продукції за зміни цін на ринках. Для цього досить обчислити відповідні частки похідні або ж коефіцієнти еластичності. Якщо ж ці функції не вдається одержати в явному виді, то тоді, зважаючи на y та $x_1,x_2,\ldots$, від ціни p продукції й вектору цін $q=(q_1,q_2,\ldots q_n)$ факторів виробництва, ми можемо скористатися такими $(n+1)$-рівностями:

$$y^*(p,q) = f(x_1^*(p,q), x_2^*(p,q),\ldots,x_n^*(p,q)) \text{ і}$$
$$p\frac{\partial f}{\partial x_j}(x_1^*(p,q), x_2^*(p,q),\ldots,x_n^*(p,q)) = q_j.$$

Диференціюючи ці рівності послідовно за змінним $p,q_1,q_2,\ldots,q_n$, ми можемо з отриманих систем рівнянь знайти ступінь зміни оптимальних витрат факторів, тобто похідні $\frac{\partial x_j^*}{\partial q_1}, \frac{\partial x_j^*}{\partial q_2}, \ldots, \frac{\partial x_j^*}{\partial q_n}$, $j=\overline{1,n}$. і ступінь зміни оптимального випуску продукції, тобто похідні $\frac{\partial y_j^*}{\partial p}, \frac{\partial y_j^*}{\partial q_1}, \frac{\partial y_j^*}{\partial q_2}, \ldots, \frac{\partial y_j^*}{\partial q_n}$

Так, наприклад, диференціюючи ці тотожності по p, одержуємо систему рівнянь:

$$\begin{cases} \frac{\partial y^*}{\partial p} = \sum_{k=1}^{n} \frac{\partial f}{\partial x_k}\frac{\partial x_k^*}{\partial p}; \\ \frac{\partial f}{\partial x_j} + p\sum_{k=1}^{n} \frac{\partial^2 f}{\partial x_j \partial x_k}\frac{\partial x_k^*}{\partial p} = 0, j = \overline{1,n} \end{cases},$$

де $\frac{\partial y^*}{\partial p}$ характеризує зміну оптимального обсягу випуску продукції за зміни її ціни; $\frac{\partial x_k^*}{\partial p}$ – вплив зміни ціни продукції на оптимальні обсяги витрат факторів виробництва, а $\frac{\partial f}{\partial x_j}$ – гранична продуктивність j-го фактору виробництва.

Вирішуючи отриману систему з $(n+1)$ лінійних рівнянь $(n+1)$ змінними $\frac{\partial y^*}{\partial p}, \frac{\partial x_1^*}{\partial p}, \frac{\partial x_2^*}{\partial p}, \ldots, \frac{\partial x_n^*}{\partial p}$, виразимо ці змінні через граничні продуктивності

факторів виробництва $\frac{\partial f}{\partial x_j}$, причому $j=\overline{1,n}$, ціну p і другі частинні похідні $\frac{\partial^2 f}{\partial x_j \partial x_k}$ ($j=\overline{1,n}$; $k=\overline{1,n}$) виробничої функції $y=f(x_1,x_2,...,x_n)$.

Висновки. Запропоновано методику моделювання технологій виробництва за допомогою задач виробника в різних ринкових структурах. Дана інформація використовується під час розгляду питань розподілу та споживання благ виробником, на основі яких запропоновано процес прийняття рішень для керівника аграрного підприємства. Розроблено модель визначення кількості випуску продукції та розрахунку витрат, необхідних для її випуску. У запропонованій моделі враховуються, відповідно до прийнятої технології, ціни на використовувані ресурси та на власну продукцію. Розроблено інформаційну модель оптимальної поведінки виробника в умовах конкуренції та монополії. Запропоновано методику визначення максимального прибутку на основі функцій попиту та пропозиції продукції.

Список використаних джерел:

1. Семененко В.М. Економічна теорія. Політекономія : [навч. посіб.] / В.М. Семененко [та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
2. Азарова А.О. Економетрія. Частина 2 : [навч. посіб.] / А.О. Азарова [та ін.]. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 118 с.
3. Набава М.І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства : Ч. 1 Економіка підприємства : [навч. посіб.] / М.І. Небава, О.О. Адлер, О.Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 117 с.
4. Вітлінський В.В. Моделювання економіки : [навч. посіб.] / В.В. Вітлінський. – К. : КНЕУ, 2003. – 408 с.
5. Косік А.Ф. Мікроекономіка : [навч. посіб.] / А.Ф. Косік, Г.Е. Гронтковська ; 2-е вид. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 438 с.
6. Лобода О.М. Актуальні проблеми ідентифікації та моделювання структури управління підприємством / О.М. Лобода, Н.В. Кириченко // Науково-технічний журнал Хмельницького економічного університету. – 2015. – Вип. 3(39). – С. 130–134.

Лобода Е. Н.
Кириченко Н. В.
Ларченко О. В.
ГВУЗ «Херсонский государственный аграрный университет»

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ОПТИМИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОИЗВОДСТВА АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РАЗЛИЧНЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме
Исследованы методы, модели и алгоритмы решения задач внедрения информационных технологий в процесс управления аграрными предприятиями для повышения эффективности работы предприятий в условиях развития рыночных отношений. Показана необходимость совершенствования методов функционирования сельскохозяйственных предприятий и методов по оптимизации управления аграрными предприятиями. Доработаны информационные модели определения максимального объема выпуска продукции и максимальной прибыли, а также оптимального поведения производителя в условиях конкуренции и монополии.

Ключевые слова: модель, система управления, идентификация системы, производственные функции, оптимизация управления.

Loboda O. M.
Kyrychenko N. V.
Larchenko O. V.
SHEI «Kherson State Agricultural University»

MODELING AND OPTIMIZATION TECHNOLOGY PRODUCTION OF AGRARIAN ENTERPRISES IN DIFFERENT MARKET CONDITIONS

Summary
The study investigates methods, models and algorithms of solving the problems, implementation of information technologies in the process of managing agrarian enterprises with the purpose of increasing the efficiency of enterprises in the development of market relations. The study illustrates the need to improve the methods of functioning of agricultural enterprises and methods to optimize the management of agricultural enterprises. Information models for determining the maximum volume of output and maximal profit, as well as optimal behavior of the producer under conditions of competition and monopoly are completed.

Key words: model, control system, system identification, production functions, optimization of management.

УДК 330.04:336.02

Ткаченко І. С.
Бакалова Н. М.
Хмельницький національний університет

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ СКЛАДАННЯ СТРАХОВОГО ПОЛІСУ

В умовах розвитку ринку страхових послуг набуває особливої актуальності вирішення ефективного використання робочого часу агентами страхових компаній, що є складником поведінкової економіки. Побудова математичної моделі поведінки між агентом страхової компанії та контрагентом під час підписання страхового полісу відповідає умовам процесу Маркова, що, власне, й дає можливість дослідити його ефективність.
Ключові слова: страховий поліс, поведінкова економіка, процес Маркова, ефективність робочого часу.

Постановка проблеми. Визнання поведінкової економіки як ефективної методології дослідження соціально-економічних процесів у сучасному суспільстві [1] стимулює пошук методів математичного моделювання, які б ураховували особистісні якості учасників процесу прийняття якісних рішень у цілому, особливо це стосується ринку страхових послуг, де одним із важливих складників є складання якісного страхового полісу. При цьому відпрацьовуються варіанти можливої поведінки кожної зі сторін. Процес складання страхового полісу – це фактично здійснення менеджменту для досягнення визначеної мети її учасниками. Процес складання страхового полісу фактично відбувається вже на стадії визначення попередньо обумовлених відносин, але деякі непорозуміння можуть бути перешкодою для подальшої взаємодії вже на перших кроках, тому треба бути передбачливим до будь-яких можливих і неможливих ситуацій у взаєминах агента та контрагента (контрагент – особа, яка має наміри здійснити певну страхову дію).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ураховуючи те, що нині на ринку страхових послуг приділяють недостатньо уваги дослідженню особливостей поведінкової економіки, результати здійсненого дослідження є авторськими.

Мета статті полягає у вирішенні проблеми, як методами математичного моделювання дослідити процес підписання страхового полісу між агентом страхової компанії та контрагентом та оцінити витрати корисного часу при цьому, що в даному разі є оцінкою ефективності поведінкової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У цілому процес складання страхового полісу може бути представлений трьома етапами:

– взаємне уточнення зацікавленостей, точок зору та позицій стосовно конкретної страхової дії;

– їх обговорення (обґрунтування власних поглядів на формування аргументів своєї позиції тощо);

– узгодження позицій та відпрацювання домовленостей у досягненні поставленої мети (підписання страхового полісу).

Процес підписання страхового полісу між агентом і контрагентом передбачає використання певних прийомів подачі власної позиції на кожному із цих етапів, а це призводить до того, що можуть бути здійснені такі його стани.

1. Умови страхового полісу під час його підписання задовольнятимуть на очікуваному рівні.

2. Додаткові умови для страхового полісу з боку контрагента можуть бути для агента компромісними, але з певними преференціями на його користь.

3. Додаткові умови для страхового полісу з боку контрагента потребують певних поступок із боку агента, що призводить до небажаних для нього втрат (непідписання страхового полісу, а це неефективне використання робочого часу агента або, власне, це його непрофесіоналізм).

Під час проведення процесу підписання страхового полісу можливі переходи від одного стану в інший, які залежать від професійних здібностей та менеджерських методів учасників цього процесу, а також інших факторів. Це дає підстави вважати, що процес узгодження умов страхового полісу з погляду теорії ймовірностей є фактично випадковим процесом, для якого майбутній розвиток подій залежить тільки від досягнутого на даний момент і не залежить від того, як відбувався їх розвиток у минулому. Такий процес називається марківським (процесом Маркова), або ж процесом без післядії [2].

Таким чином, процес узгодження умов підписання страхового полісу між агентом і контрагентом відповідає ознакам процесу Маркова, а це означає, що він (процес) у певний момент часу t на протязі інтервалу [0, T] знаходиться в одному із щойно визначених трьох можливих станів.

Перехід з одного стану в інший, тобто оцінка розвитку підписання угоди, здійснюється відповідно до графу можливих станів (рис. 1).

Рис. 1. Граф можливих станів процесу щодо підготовки і підписання страхового полісу

Цифри 1, 2, 3 у кружках означають відповідні стани процесу, а взаємні зв'язки між ними відповідають можливим переходам з одного стану в інший у момент часу t.

Оцінка кожного стану та переходу з одного в інший здійснюється на основі статистичних або хронометражних спостережень, або на підставі відповідних розрахунків із визначенням конкретної ймовірності переходу, що задається матрицею переходів:

$$\pi = Pij,\ (i=1,\ldots,n;\ j=1,\ldots,n), \quad (1)$$

де

$$i=1nPij=1,\ (j=1,\ldots,n), \quad (2)$$

тобто при n=3 це буде:

© Ткаченко І. С., Бакалова Н. М., 2017

$$P11+P12+P13=1,$$
$$P21+P22+P23=1,$$
$$P31+P32+P33=1. \quad (3)$$

Разом із формуванням елементів матриці (1) формуються також й елементи матриці вартостей станів, елементи якої визначаються на підставі або обґрунтованих розрахунків, або даних статистичних спостережень та визначаються в грошових одиницях або одиницях витраченого часу (хв.):

$$R=rij,\ (i=1,\dots,n;\ j=1,\dots,n), \quad (4)$$

де

r11 – якщо страховий поліс приймається за умовами агента, то це забезпечує йому витрати часу r11(хв.) з імовірністю P11;

r12 – якщо умови складання страхового полісу потребують певної поступки з боку агента, то витрати часу від такої угоди становитимуть r12 (хв.) з імовірністю P12;

r13 – перехід зі стану 3 до стану 1, тобто якщо умови складання страхового полісу стали такими, що вони агенту не приносить зменшення в часі або призводять до можливого його нераціонального зростання, які визначаються величиною r13 (хв.) з імовірністю P13;

r21 – якщо після вирішення питання, яке було агенту запропоновано контрагентом і що не влаштовувало інтереси агента, вдалося все ж таки переконати контрагента на умови, вигідні агенту (перехід до стану 1 зі стану 2), то це сприяє витратам часу агента в r21 (хв.) з імовірністю P21 ;

r22 – переходу зі стану 2 в інший стан не відбулося, тобто стан 2 залишився без змін та узгодження умов страхового полісу стоять без зрушень, то в такому разі витрати часу оцінюються в r22 (хв.) з імовірністю P22;

r23 – перехід зі стану 2 в стан 3 відбувся, тобто після раунду узгоджень не вдалося переконати контрагента діяти за умовами агента, а це в такому разі забезпечує виграш, або втрати часу в обсязі r23 (хв.) з імовірністю P23;

r31 – перехід зі стану 3 в стан 1 означає, що після кропіткої творчої роботи агенту вдалося переконати контрагента діяти за його умовами, а це в такому разі забезпечує виграш часу r31 (хв.) з імовірністю P31;

r32 – перехід зі стану 3 в стан 2 означає, що узгодження умов страхового полісу з важкого стану переходить до компромісного, і це дає можливість забезпечити вигоду в часі r32 (хв.) з імовірністю P32;

r33 – перехід зі стану 3 в стан 3 означає, що після наполегливих переконань агенту не вдалося умовити контрагента діяти за його умовами чи хоча б отримати якісь поступки, а це в такому разі не забезпечує вигоду тільки в часі r33 (хв.), або ця величина є величиною втрат з імовірністю P33.

Елементи матриці вартостей (4) можуть набувати як додатних, так і від'ємних значень або дорівнювати нулю.

Перехід процесу з одного стану в інший називається кроком переходу, який призводить до зміни показників елементів матриці (4), що оцінюються вектором q=(q1,q2,...,qn), де n – кількість станів ланцюга Маркова. У цьому разі це відповідає значенню n=3. Елементами вектору q є елементи головної діагоналі добутку матриць π та RT (RT – транспонована матриця R, тобто в останній матриці (R) рядки замінені на стовпці і, навпаки, стовпці на рядки), що для даного випадку є

$$\pi \cdot \mathrm{R} = \begin{pmatrix} P_{11} & P_{12} & P_{13} \\ P_{21} & P_{22} & P_{23} \\ P_{31} & P_{32} & P_{33} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{11} & r_{12} & r_{13} \\ r_{21} & r_{22} & r_{23} \\ r_{31} & r_{32} & r_{33} \end{pmatrix} =$$

$$= \begin{pmatrix} P_{11}r_{11} + P_{12}r_{21} + P_{13}r_{31} & - & - \\ - & P_{11}r_{11} + P_{12}r_{21} + P_{13}r_{31} & - \\ - & - & P_{11}r_{11} + P_{12}r_{21} + P_{13}r_{31} \end{pmatrix}$$

Якщо позначимо вектор

$$v\ (\mathrm{N}) = (v1(\mathrm{N}), v2(\mathrm{N}), \dots, vn(\mathrm{N})) \quad (6)$$

як вектор винагороди, то через N кроків для кожного стану системи його компоненти визначаються з векторно-матричного рівняння [2]:

$$\boldsymbol{v}(\mathrm{N})=(\mathrm{I}+\pi+\pi2+\dots+\pi\mathrm{N}-1)\cdot \mathbf{q}+\pi\mathrm{N}\cdot \boldsymbol{v}\mathrm{T}(0), \quad (7)$$

де I – одинична матриця, а $\boldsymbol{v}(0)$ – вектор винагороди за нуль кроків, або початковий стан системи. Це може бути нульовий вектор або ж він може мати елементи з конкретними вартісними значеннями (значення витрат часу на дії під час підписання страхової угоди).

Наприклад, якщо $\boldsymbol{v}(0)=(0,0,0)$, тоді

$$v\mathbf{T}(0) = \begin{pmatrix} 0 \\ 0 \\ 0 \end{pmatrix}$$

або $\boldsymbol{v}(0)=(3,2,1)$, тоді

$$v\mathbf{T}(0) = \begin{pmatrix} 3 \\ 2 \\ 1 \end{pmatrix}$$

Покажемо на інтуїтивно визнаних практичних даних приклад здійснення алгоритму обчислення елементів вектору винагороди за N=2 кроки проведення процесу підписання страхової угоди. У цьому разі рівняння (7) приймає вид:

$$\mathrm{N}(2)=(\mathrm{I}+\pi)\cdot \mathrm{q}+\pi2\cdot \boldsymbol{v}\mathrm{T}(0). \quad (8)$$

Необхідно також задати конкретні значення елементам матриць (3) та (4).

Отже, нехай матриця ймовірностей станів узгодження умов складання страхового полісу має вигляд:

$$\pi = \begin{pmatrix} 0,72 & 0,2 & 0,08 \\ 0,22 & 0,68 & 0,1 \\ 0,15 & 0,24 & 0,61 \end{pmatrix}$$

а матриця вартостей оцінки економічної ефективності цих станів – R

$$\begin{pmatrix} 9 & 6 & -1 \\ 5 & 7 & -2 \\ 4 & 3 & -4 \end{pmatrix},$$

тоді маємо, що матриця RT є

$$\begin{pmatrix} 9 & 5 & 4 \\ 6 & 7 & 3 \\ -1 & -2 & -4 \end{pmatrix}$$

А тепер знайдемо елементи вектору **q**, перемноживши матриці (9) і (11), тобто визначимо елементи матриці (5):

$$\pi \cdot R = \begin{pmatrix} 0,72 & 0,2 & 0,08 \\ 0,22 & 0,68 & 0,1 \\ 0,15 & 0,24 & 0,61 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 1 & 9 & 5 & 4 \\ 1 & 6 & 7 & 3 \\ 1 & -1 & -2 & -4 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 7,6 & & \\ & 5,66 & \\ & & -1,12 \end{pmatrix}.$$

Отже, вектор **q** має такий вигляд:

$$q = \begin{pmatrix} 7,6 \\ 5,66 \\ -1,12 \end{pmatrix}$$

Поступово знайдемо розв'язок векторно-матричного рівняння (8):

$$\mathbf{I}+\pi=\begin{pmatrix}1&0&0\\0&1&0\\0&0&1\end{pmatrix}\begin{pmatrix}0,72&0,2&0,08\\0,22&0,68&0,1\\0,15&0,24&0,61\end{pmatrix}\begin{pmatrix}1,72&0,2&0,08\\0,22&1,68&0,1\\0,15&0,24&1,61\end{pmatrix}$$

$$(\mathbf{I}+\pi)\mathbf{q}=\begin{pmatrix}1,72&0,2&0,08\\0,22&1,68&0,1\\0,15&0,24&1,61\end{pmatrix}\begin{pmatrix}7,6&14,1144\\5,66&11,0688\\-1,12&0,6952\end{pmatrix}$$

$$\pi 2=\begin{pmatrix}0,72&0,2&0,08\\0,22&0,68&0,1\\0,15&0,24&0,61\end{pmatrix}\begin{pmatrix}0,72&0,2&0,08\\0,22&0,68&0,1\\0,15&0,24&0,61\end{pmatrix}\begin{pmatrix}0,5744&0,2992&0,1264\\0,323&0,5304&0,1466\\0,2523&0,3396&0,4081\end{pmatrix}$$

$$\pi 2\nu\mathbf{T}(0)=\begin{pmatrix}0,5744&0,2992&0,1264\\0,323&0,5304&0,1466\\0,2523&0,3396&0,4081\end{pmatrix}\begin{pmatrix}3\\2\\1\end{pmatrix}\begin{pmatrix}2,448\\2,1764\\1,8442\end{pmatrix}$$

а тепер отримаємо, що рівняння (8), має розв'язок

$$\nu(2)=(\mathbf{I}+\pi)\cdot\mathbf{q}+\pi 2\cdot\nu\mathbf{T}(0)=\begin{pmatrix}14,1144\\11,0688\\0,6952\end{pmatrix}+\begin{pmatrix}2,448\\2,1764\\1,8442\end{pmatrix}=\begin{pmatrix}16,5624\\13,2452\\2,5394\end{pmatrix}$$

Підсумуємо отриманий результат після двох раундів розтлумачення сутності з підписання змісту страхового полісу. Якщо буде прийнято варіант угоди за пропозиціями агента, то витрачений час ν1(2)=16,562(хв.) є ефективним, а у разі компромісного варіанту на це буде витрачено часу ν2(2)=13,245 (хв.); якщо умови агента не будуть прийняті контрагентом, то ефективний час агента становитиме тільки ν3(2)=2,539 (хв.), тобто для агента це фактично втрачений час.

Під час виконання N=3 кроків агентом переконань контрагента отримаємо такі результати: ν1(3)=22,380 (хв.), ν2(3)=16,391(хв.) та ν3(3)=5,896(хв.), що свідчить про те, що зі збільшенням спроб агента переконати контрагента збільшується й час на узгодження умов підписання страхового полісу, а також збільшуються й витрати неефективного часу.

Висновки. Моделювання процесу проведення процедури підписання страхового полісу як процес Маркова дає підстави стверджувати, що в такому разі отримуємо не тільки його якісну оцінку, а й кількісну, що є особливо важливим складником оцінки поведінкової економіки, в даному разі в діяльності учасників підписання страхового полісу. Числовий приклад засвідчив, що чим довше тривають переговори, тим менша різниця між значеннями вектору ефективного часу роботи агента страхової компанії та збільшується надія на підписання страхового полісу.

Список використаних джерел:

1. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Р. Талер. – М. : Эксмо, 2017. – 550 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=22960394.
2. Вентцель Е.С., Овчаров Л.А. Теория случайных процессов и ее инженерное приложение / Е.С. Вентцель, Л.А. Овчаров. – М. : Наука, 1991.

Ткаченко И. С.
Бакалова Н. М.
Хмельницкий национальный университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА СОСТАВЛЕНИЯ СТРАХОВОГО ПОЛИСА

Резюме
В условиях развития рынка страховых услуг особую актуальность приобретает решение эффективного использования рабочего времени агентов страховых компаний, что является составляющей поведенческой экономики. Построение математической модели поведения между агентом страховой компании и контрагентом при подписании страхового полиса соответствует условиям процесса Маркова, что, собственно, и дает возможность исследовать его эффективность.

Ключевые слова: страховой полис, поведенческая экономика, процесс Маркова, эффективность рабочего времени.

Tkachenko I. S.
Bakalova N. M.
Khmelnytsk National University

MODELING OF THE PROCESS OF DRAFTING INSURANCE POLICY

Summary
In the modern conditions of development the market of insurance services topicality the issues of the effective use of working hours by insurance companies agents acquirers that the is the special topicality component of behavioural economics. The construction of mathematical model of the behaviour between the insurance company agent and the contractor at the signing of in surance policy meets the continions of Markov's process that gives the opportunity to investigate its efficiency.

Key words: insurance policy, behavioural economics, Markov's process., efficiency of working hours.

НАШІ АВТОРИ

1. **Бакалова Наталія Миколаївна** – аспірант Хмельницького національного університету
2. **Бондар Євген Ілліч** – аспірант Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
3. **Карнаушенко Алла Сергіївна** – кандидат економічних наук, асистент кафедри економіки та фінансів ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
4. **Кириченко Наталя Валеріївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри прикладної математики та економічної кібернетики ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
5. **Коваленко Анжеліка Сергіївна** – студентка магістратури Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету
6. **Конєва Ірина Вікторівна** – студентка магістратури Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
7. **Кузнецова Світлана Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету
8. **Ларченко Оксана Валеріївна** – кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри прикладної математики та економічної кібернетики ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
9. **Лисенко Наталія Андріївна** – студент Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
10. **Лобода Олена Миколаївна** – кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри прикладної математики та економічної кібернетики ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
11. **Логоша Роман Васильович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та аграрного бізнесу Вінницького національного аграрного університету
12. **Маргіта Михайло Васильович** – кандидат економічних наук, Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету
13. **Маргіта Наталія Орестівна** – кандидат економічних наук, Національний університет «Львівська політехніка»
14. **Мощенський Семен Геннадійович** – аспірант Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
15. **Петренко Вікторія Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, фінансів і підприємництва Херсонського державного університету
16. **Приятельчук Олена Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
17. **Рубанов Павло Миколайович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту Сумського державного університету
18. **Саєнсус Марія Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету
19. **Семенчук Аліна Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємств Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
20. **Семещук Тетяна Вікторівна** – аспірант Національного університету водного господарства та природокористування
21. **Сержанов Віталій Вікторович** – кандидат економічних наук, доцент, декан економічного факультету ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
22. **Сидорова Жанна Анатоліївна** – студентка магістратури Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
23. **Скороход Ірина Петрівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
24. **Скупейко Василь Васильович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування Львівського університету бізнесу та права
25. **Старинець Олександр Георгійович** – кандидат політичних наук, доцент кафедри менеджменту Державного університету телекомунікацій
26. **Стукан Тетяна Миколаївна** – аспірант ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
27. **Ткаченко Іван Семенович** – доктор економічних наук, професор, Хмельницький національний університет
28. **Трішкіна Ніна Іванівна** – кандидат економічних наук, доцент, директор Хмельницького торговельно-економічного коледжу Київського національного торговельно-економічного університету
29. **Трут Ольга Олексіївна** – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту Львівського торговельно-економічного університету
30. **Федишин Майя Пилипівна** – кандидат економічних наук, в.о. доцента кафедри публічних, корпоративних фінансів та фінансового посередництва Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

31. **Хмарська Ірина Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та організації виробництва Первомайського політехнічного інституту Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова
32. **Ціхановська Вікторія Михайлівна** – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та аграрного бізнесу Вінницького національного аграрного університету
33. **Чередник Вікторія Анатоліївна** – аспірант Науково-дослідного фінансового інституту ДННУ «Академія фінансового управління» Міністерства фінансів України
34. **Черноус Дарія Станіславівна** – студентка магістратури Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
35. **Чукурна Олена Павлівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету
36. **Шевцова Олена Йосипівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри банківської справи Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
37. **Шемаєв Володимир Володимирович** – кандидат економічних наук, докторант відділу економічної безпеки Національного інституту стратегічних досліджень
38. **Шолом Аліна Сергіївна** – викладач кафедри міжнародних економічних відносин Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
39. **Щербіна Вікторія Вікторівна** – аспірант Університету державної фіскальної служби України
40. **Якубовський Сергій Олексійович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

НОТАТКИ

Відповідальний за випуск
Горняк Ольга Василівна

Українською, російською та англійською мовами

Передрук (перевидання) матеріалів видання
дозволяється тільки з дозволу автора і редакції.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 11465–338Р від 07.07.2006 р.

Науковий вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Серія «Економіка»
включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу МОН України від 15 квітня 2014 року № 455

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
на підставі Протоколу № 5 від 30.01.2018 р.

Формат 60x84/8. Гарнітура UkrainianSchoolBook
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 16,04.
Підписано до друку 31.01.2018 р. Замов. № 3101/18. Наклад 100 прим.

Адреса редколегії:
65082, м. Одеса, вул. Дворянська, 2
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Електронна сторінка видання: www.visnyk-onu.od.ua

Надруковано: ФОП Головко О.А.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4871 від 24.03.2015 р.