

ODESA ВІСНИК
NATIONAL UNIVERSITY ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
HERALD УНІВЕРСИТЕТУ
Volume 18. Issue 4/2. 2013 Том 18. Випуск 4/2. 2013
SERIES СЕРІЯ
ECONOMY ЕКОНОМІКА

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

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

ISSN 2304-0920

ODESA NATIONAL
UNIVERSITY
HERALD

Series: Economy

Scientific journal

Published four times a year

Series founded in July, 2006

Volume 18. Issue 4/2. 2013

Odesa

Publishing House

«Helvetica»

2013

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

ISSN 2304-0920

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Науковий журнал

Виходить 4 рази на рік

Серія заснована у липні 2006 р.

Том 18. Випуск 4/2. 2013

Одеса

Видавничий дім

«Гельветика»

2013

Засновник: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Редакційна колегія журналу:

І. М. Коваль (*головний редактор*), **О. В. Запорожченко** (*заступник головного редактора*), **В. О. Іваниця** (*заступник головного редактора*), **Є. Л. Стрельцов** (*заступник головного редактора*), **С. М. Андрієвський**, **Ю. Ф. Вакман**, **В. В. Глебов**, **Л. М. Голубенко**, **Л. М. Дунаєва**, **В. В. Заморов**, **В. Є. Круглов**, **В. Г. Кушнір**, **В. В. Менчук**, **О. В. Смигдина**, **В. І. Труба**, **О. В. Тюрин**, **Є. А. Черкез**, **Є. М. Черноіваненко**

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, професор, **С. О. Якубовський**, д-р екон. наук, **Олег Курбатов**, д-р менеджменту (Університет Париж-Північ XIII), **Ян Чемпас**, д-р економіки (Економічний університет в Катовіцах), **Л. А. Родионова**, к.э.н., доцент кафедри статистических методів Національного дослідницького університета «Высшая школа экономики» (Росія, г. Москва), **І. А. Ломачинська**, канд. екон. наук (*відповідальний редактор*)

Editorial board of the journal:

I. M. Koval (*Editor-in-Chief*), **O. V. Zaporozhchenko** (*Deputy Editor-in-Chief*), **V. O. Ivanytsia** (*Deputy Editor-in-Chief*), **E. L. Streltsov** (*Deputy Editor-in-Chief*), **S. M. Andrievsky**, **Yu. F. Vaksman**, **V. V. Glebov**, **L. M. Golubenko**, **L. M. Dunaeva**, **V. V. Zamorov**, **V. E. Kruglov**, **V. G. Kushnir**, **V. V. Menchuk**, **O. V. Smyntyna**, **V. I. Truba**, **O. V. Tyurin**, **E. A. Cherkez**, **E. M. Chernoiivanenko**

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**, **L. A. Rodionova**, **I. A. Lomachynska**

ЗМІСТ

ЗЛАТКІНА О. Д. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА.....	7
ЗОРІНА О. І. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ.....	11
ИВАНКОВА Д. Р., МАКОГОН Ю. В. ФЕНОМЕН «НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ» ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАК ОБЪЕКТИВНОГО УСЛОВИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.....	15
КАЛМИКОВА Н. М., ПОЗДНЯКОВА О. Р. МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	20
КАЛОША Н. М., ФЕДОРОВА Ю. В. ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	24
КАМ'ЯНСЬКА О. В., КОТЛЯРОВА І. А., МІГУН П. А. ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	28
КАРНАУШЕНКО А. С., ПЕТРЕНКО В. С. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СЕЛЕНГУ ТА ЛІЗИНГУ У АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	31
КВАСНІЙ З. В., ЩЕРБАН О. Я. ПЕРСПЕКТИВИ ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....	35
КЕРНАСЮК Ю. В. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕНТРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В СКОТАРСТВІ І ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ РОЗМІРІВ ГАЛУЗІ.....	38
КИРИЛИЧ Х. В. КОНЦЕПЦІЙНИЙ ВИМІР ПРОБЛЕМИ НЕРІВНОМІРНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА.....	43
КИРИЛИЧ Ю. В. ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	47
КИСІЛЬОВА І. Ю. ВПЛИВ ФРАНШИЗИ НА РОЗПОДІЛ СТРАХОВОГО ЗБИТКУ.....	51
КІНЧЕВСЬКА Ю. Ю. ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА НАВКОЛИПНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В СВІТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	54
KIT L. Z., SHULZ S. L. NETWORK BUSINESSES: CONCEPTUALIZATION CONCEPTS AND PRINCIPLES OF OPERATION.....	58
КОНДАУРОВА І. О., МАКСИМУК Н. В. ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	63
КОНДРАТЬЄВА Т. В. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ КАК СЕТЕВЫЕ БЛАГА.....	67
КОНДРАЦЬКА Н. М. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....	70
КОНОВАЛ В. В., ГОНЧАР О. І. УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЕКОНОМІКИ.....	74
КОПИТКО М. І. РЕЙДЕРСТВО ЯК ПРОБЛЕМА ДЛЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	78
КОРНІЛОВА Н. В. УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ЖИТТЄВИХ ЦИКЛІВ.....	82
КОТЕНКО Н. М. АКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	85
КОТИГОРОШКО О. І., ХИМИНЕЦЬ В. В. НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТЕОРІЇ ДЖ. М. КЕЙНСА ПРО ВЗАЄМОЗ'ЯЗОК ІНВЕСТИЦІЙ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ДОХОДУ.....	88
КРАВЦОВА А. В. КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	92
КРАМАРЕНКО І. С., ЦИБКО М. О. ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖІНІРИНГУ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	96
КРАСНОШТАН О. М. БОНУСНА ПРОГРАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПАСАЖИРОПОТОКУ ДЕННИХ ШВИДКІСНИХ ЕЛЕКТРОПОЇЗДІВ КАТЕГОРІЇ ІНТЕРСІТІ+.....	100

КРАСОВСЬКА О. Ю. ГЛОБАЛЬНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	103
КРИЖАНОВСЬКА О. В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІЙ ГАЛУЗІ.....	108
КУДІНОВА А. В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ГЛОБАЛЬНОЇ ПОЛІТЕКОНОМІЇ.....	111
ЛАДУНКА І. С. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ.....	115
ЛАНОВСЬКА Г. І., КАЗАНСЬКИЙ М. В. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УКЛАДАННЯ ДОГОВОРІВ ПРИ НАДАННІ ПОЗИК НА ПОКРИТТЯ ТИМЧАСОВИХ КАСОВИХ РОЗРИВІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	119
ЛІЗОГУБ Р. П., ЛЕБІДЬ А. С. АНАЛІЗ СПЕЦИФІКИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ КОМЕРЦІЙНИМИ УСТАНОВАМИ БАНКІВ.....	123
ЛЕЖНЕНКО А. І. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	127
ЛИСЕНКО О. А. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В СВІТАІ ПРИЄДНАННЯ УКРАЇНИ ДО СОТ.....	131
ЛІХНОВСЬКИЙ П. М. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	135
ЛУФЕРЕНКО А. Ю. ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ БЮДЖЕТУ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	139
ЛЯШКО І. І., ЄРЕМЕНКО О. М. СУТНІСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	143
ЛЯШОК Я. А. ЗАТРАТЫ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ.....	147
МАЙН В. В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КАРТОПЛІ В УКРАЇНІ.....	152
МАМОНОВ К. А., ПИРКОВА О. В. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕЙДЕРСТВА НА БУДІВЕЛЬНИХ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	156
МАРИЧ М. Г. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	159
МЕЛЬНИК І. А., ФІРСОВА С. Г. ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТЕОРІЇ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР.....	163
МИХАЙЛЕНКО О. В. ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	168
МОРЩЕНОК Т. С., ЗАДОРЖНЯ В. О. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО РОЛЬ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	172
МОТЫШИНА М. С., КИРОВА Е. В. СИСТЕМНИЙ ПОДХОД К ДИАГНОСТИКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОГНИТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ.....	176
НАЙДІЄНОВА М. В., ГРОМОВА Е. В., ПАЛАМАРЧУК И. В. РОЛЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ПРОЦЕССЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ.....	181
НАУМЕНКО С. М., КОСЕНКО Ю. С. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ БАЗИСНИХ УМОВ ТЛУМАЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВИХ ТЕРМІНІВ «ІНКОТЕРМС-2010».....	186
НОСИРЕВ О. О. ОКРЕМІ МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ.....	189
ОКСЕНЮК К. І. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	193
ОЛИЦЬКА Т. А., БАЗАЛІЙСЬКА Н. П. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛІНГУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	196
НАШІ АВТОРИ.....	200

УДК 339.9:338.3-044.227

Златкіна О. Д.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Стаття присвячена огляду генези поняття «міжнародна спеціалізація». У роботі проведено аналіз щодо основних наукових напрямів дослідження міжнародної спеціалізації. Розглянуто існуючі види класифікації міжнародної спеціалізації, надана авторська дефініція поняття «міжнародна спеціалізація» та запропонована вдосконалена класифікація.

Ключові слова: глобалізація, конкурентоспроможність, міжнародна спеціалізація, міжнародна науково-технічна спеціалізація, МПП.

Постановка проблеми. Міжнародна спеціалізація національних економік сьогодні є одним із найважливіших факторів, що обумовлюють міжнародну конкурентоспроможність країн. Але форми міжнародної спеціалізації, які може обрати країна, змінюються з часом і залежать від типу економічної системи та науково-технічного розвитку країни. На нашу думку, проблема полягає у тому, що зміна форм міжнародної спеціалізації потребує подальших науково-теоретичних досліджень і зумовлює актуальність обраного напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу дослідження склали як класичні, так і найбільш сучасні роботи провідних вітчизняних та зарубіжних вчених (М. Андерсен, О. Еджермо, Е. Лімер, К. Маскус, Р. Стайгер, Дж. Харріган, Л. Антонюк, Ю. Козак, Д. Лук'яненко, А. Філіпенко), доклади та дослідження міжнародних організацій тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Для української наукової думки характерні розбіжності у визначенні поняття «міжнародна спеціалізація» та її класифікації. Недостатньо розглянуто питання міжнародної науково-технічної спеціалізації.

Мета статті є узагальнення сучасної наукової думки щодо міжнародної спеціалізації, виведення авторського визначення поняття міжнародної спеціалізації, складення авторської класифікація видів міжнародної спеціалізації.

Виклад основного матеріалу. Міжнародна спеціалізація національної економіки є провідним фактором, що сприяє отриманню країною конкурентоспроможного місця на світовому ринку. Міжнародна спеціалізація країн прямо пропорційно залежить від загальних процесів глобалізації, інтернаціоналізації, інтеграції. Структура міжнародної спеціалізації країн залежить від домінування кожного з технологічних укладів, а особливості спеціалізації країни пов'язані з її технологічним розвитком.

Поняття «міжнародна спеціалізація виробництва» виникло у XVIII столітті, і його автором був А. Сміт. У своїй роботі «Дослідження природи та причин багатства народів» він розглядав міжнародний розподіл праці як стійку спеціалізацію окремих країн на виробництві тих чи інших видів продукції та взаємний обмін результатами цієї діяльності між країнами у певному кількісному та якісному співвідношенні [1]. У XIX столітті Д. Рікардо у своїй праці «Початок політичної економії й оподаткування» продовжив дослідження спеціалізації в контексті теорії відносних переваг. Її сутність полягала в тому, що спеціалізація на певних видах товарів корисна для кожної країни та призводить загального зростання об'ємів виробництва навіть коли одна країна має абсолютні

переваги у виробництві усіх товарів перед іншою країною. К. Маркс вважав, що розподіл праці є особливим видом кооперації, а міжнародна кооперація базується на міжнародній спеціалізації. У XX столітті кількість дослідників, які тим чи іншим чином досліджували міжнародну спеціалізацію, значно зросла. У 30-ті роки була створена теорія Хекшера-Оліна, необхідною умовою існування якої є спеціалізація країн-учасниць міжнародного обміну на основі надлишкових факторів виробництва. Проте усі ці теорії розглядали лише міжгалузеву спеціалізацію. Але розвиток наукоємних та високотехнологічних галузей виробництва у 50-ті роки XX століття призвів до того, що їх подальший розвиток потребував ресурсів більше, ніж однієї країни. Це призвело до виникнення внутрішньогалузевої спеціалізації. До теорій, які вивчають внутрішньогалузеву спеціалізацію, можна віднести теорію технологічного розриву М. Познера, яка доводить, що кожна індустріальна країна здатна зробити прорив у будь-якому напрямі науки, техніки, технології, у результаті якого одержані винаходи можуть бути освоєні виробництвом. Сьогодні багато українських та закордонних вчених продовжують займатися проблематикою міжнародного поділу праці та міжнародної спеціалізації країн. Серед них можна визначити: Е. Лімера, К. Маскуса, Р. Стайгера, Дж. Харрігана, М. Андерсена, О. Еджермо, А. Філіпенко, Ю. Козака, Д. Лук'яненко, Л. Антонюка тощо. Проте їхня думка щодо міжнародного розподілу праці та міжнародної спеціалізації дещо різняться. Так, наприклад, Гагут Л. вважає, що міжнародний розподіл праці на сучасному етапі виступає у двох головних формах: у формі міжнародної спеціалізації виробництва та у формі міжнародного виробничого кооперування [2, с. 6]. Тобто міжнародна спеціалізація є елементом міжнародного розподілу праці. Він розглядає міжнародну спеціалізацію виробництва, як форму розподілу праці між країнами, коли в межах окремих країн йде процес виготовлення більш однотипних продуктів праці понад внутрішніх потреб окремої країни, в результаті чого розвивається прогресивна диференціація країн. Професор Козак Ю. вважає, що міжнародна спеціалізація – це форма розподілу праці між країнами, в якій зростання концентрації одного виробництва відбувається на основі постійно прогресуючої диференціації національних виробництв. Спеціалізація в межах міжнародного розподілу праці передбачає спеціалізацію країн та регіонів на виробництві окремих продуктів та їх частин для світового ринку [4, с. 11]. Професор Філіпенко А. у своїх роботах виділяє міжнародну спеціалізацію, як вид міжнародного поділу праці, розрізняючи загальний міжнародний поділ праці; частковий міжнародний поділ праці; міжнарод-

ний одиничний поділ праці; міжгалузевий та внутрішньогалузевий; вертикальний та горизонтальний; новий та новітній (глобальний) [6, с. 61-62]. На його думку, міжгалузевий поділ праці ґрунтується на виробництві і міжнародному обміні товарів і послуг, що задовольняють потреби різних галузей економіки країн-партнерів. Він вибудовується на стійкій спеціалізації країн, пов'язаний з їхніми природно-географічними, історичними, соціально-економічними, науково-технологічними та іншими особливостями, а внутрішньогалузевий поділ праці віддзеркалює концентрацію зусиль і ресурсів країн на виробництві готових предметів або агрегатів, вузлів, деталей на основі кооперації з іншими країнами в межах однієї галузі. [6, с. 66-67; 3, с. 1-3]. Спираючись на визначення, що міжнародний розподіл праці – це вищий ступінь суспільного поділу праці між країнами, який спирається на стійку, економічно вигідну спеціалізацію виробництва окремих країн, то можна зробити висновок та на визначення міжнародної спеціалізації Гагута Л. та Козака Ю., можна зробити висновок про те, що міжгалузевий та внутрішньогалузевий міжнародний розподіл праці – це дві форми міжнародної спеціалізації, а саме міжгалузєва та внутрішньогалузєва.

Отже, міжнародна спеціалізація виробництва передбачає зосередження в окремих країнах певних виробництв. Раніше міжнародна спеціалізація розвивалася майже виключно як міжгалузєва спеціалізація. Такий вид міжнародної спеціалізації був пов'язаний з недостатнім розвитком продуктивних сил. На сучасному етапі міжгалузєва спеціалізація характерна не лише для слаборозвинутих країн, але й для деяких розвинутих країн, що пов'язано із їх відносно невеликою площею та кількістю населення. Слаборозвинуті країни здебільшого спеціалізуються на виробництві продукції, яка відноситься до первинного сектору та вторинного секторів економіки, розвинуті країни спеціалізуються на виробництві продукції вторинного та третинного секторів економіки. Розвинені країни мають більш-менш однакову галузєву структуру виробництва. У цих умовах поглиблен-

ня міжнародної спеціалізації йде по лінії внутрішньогалузєвої спеціалізації і є необхідною умовою розвитку новітніх галузей в умовах науково-технічного прогресу.

Деякі вчені (наприклад, Масленников А.) мають дещо іншу класифікацію міжнародної спеціалізації, поділяючи її за напрямками виробництва на предметну, подетальну та технологічну [5, с. 12]. Предметна спеціалізація полягає в зосередженні випуску певних видів продукції даної галузі в тій чи іншій країні. У деяких галузях складається міжнародна спеціалізація на виробництві виробів певних типорозмірів. Подетальна спеціалізація являє собою спеціалізацію окремої країни на виробництві комплектуючих виробів, вузлів або деталей, які не мають самостійного споживання і використовуються як частин кінцевого продукту. Такого роду міжнародна спеціалізація отримала розвиток при виробництві продукції масових видів. Технологічна спеціалізація передбачає спеціалізацію не на виробництві виробів, а на виконанні певних видів робіт. У галузі хімічної промисловості, наприклад, такий характер носить спеціалізація на виробництві напівпродуктів, які поставляються потім хімічним заводам, розташованим в ряді країн для виробництва різних готових хімічних виробів.

На основі зазначеного вище можна зробити висновок про те, що міжгалузєва спеціалізація та предметна спеціалізація – один вид міжнародної спеціалізації, при якому країна зосереджується на випуску певних видів продукції галузі. Подетальна та технологічна спеціалізація – це види внутрішньогалузєвої спеціалізації. Оскільки остання передбачає виробництво частин цілого на основі кооперації з іншими країнами. Але галузі застосування подетальної та технічної внутрішньогалузєвої спеціалізації дещо різняться. Подетальна внутрішньогалузєва спеціалізація характерна для машинобудівної, ракетобудівної та аерокосмічної галузей, проте технологічна внутрішньогалузєва спеціалізація застосовується у нафтохімічній галузі. На основі цього автором була створена схема, яка відображає структуру міжнародної спеціалізації за виробництвом.

Іншим критерієм, за яким можна класифікувати міжнародну спеціалізацію виробництва, oprіч виробничого, є територіальний критерій. За цим критерієм міжнародну спеціалізацію поділяють на спеціалізацію окремої країни, групи країн та регіонів. Із усього зазначеного вище можна зробити висновок про те, що спеціалізація окремої країни може бути як міжгалузєвою, так і внутрішньогалузєвою. Проте для кожної окремої країни, групи країн, регіону буде характерна саме внутрішньогалузєва спеціалізація та тісна кооперація між країнами цієї групи або регіону. Але при цьому ця група країн або регіон в цілому можуть мати міжгалузєву спеціалізацію.

Загальна класифікація міжнародної спеціалізації буде виглядати наступним чином (див. рис. 2).

Для сучасних міжнародних економічних відносин є характерною також інтернаціоналізація наукових і технічних досліджень. Відбувається об'єктивний процес спеціалізації окремих країн на певних видах наукових досліджень.



Рис. 1. Структура міжнародної спеціалізації за типами виробництва.

Складено автором за матеріалами: [4, с. 11; 5, с. 12; 6, с. 66-67]



Рис. 2. Структура міжнародної спеціалізації.

Складено автором за матеріалами: [4, с. 11; 5, с. 12; 6, с. 66-67]

Науково-технічна спеціалізація країни тісно пов'язана з її виробничою спеціалізацією і є відносна міра, яку можна визначити двома шляхами:

- порівнянням відносної ваги різних показників у межах однієї країни;
- порівнянням між наднаціональними моделями науково-технічної спеціалізації із аналогічними даними інших країн або регіонів [9].

Проблема науково-технічної спеціалізації ще не дуже глибоко досліджувалася вітчизняними вченими, проте західні вчені та економісти досліджують це питання впродовж останніх тридцяти років. Найбільш відомі дослідники та праці у сфері науково-технічного спеціалізації країн – це Е. Лімер (*Sources of International Comparative Advantage: Theory and Evidence*, 1985), К. Маскус (*A test of the Heckscher-Ohlin-Vanek theorem: The Leontief commonplace*, 1985), Р. Стайгер (*Heckscher-Ohlin Theory and Non-Competitive Markets*, 1988), Дж. Харріган (*Technology, Factor Supplies, and International Specialization: Estimating the Neoclassical Model*, 1997; *Factor supplies and specialization in the world economy*, 2000; *Distance, time, and specialization*, 2003), К. Кригер-Боден (*Globalization, Integration and Regional Specialization*, 2000), К. Маскус (*Development-Related Biases in Factor Productivities and the HOV Model of Trade*, 2007), М. Андерсен та О. Еджермо (*Technology Specialization And The Magnitude And Quality Of Exports*, 2008). Дж. Харріган є одним із найбільш провідних дослідників проблеми спеціалізації національних економік. У своїх роботах він не дає визначення науково-технічної спеціалізації, проте визначаючи, що рівень технічного розвитку підвищує ефективність інших факторів виробництва пропорційно [8]. М. Андерсен та О. Еджермо у своїй роботі розглядають динамічні відносні переваги, які створюються НДДКР. Вони вимірюють глибину впливу науково-технічної спеціалізації через кількість посилань на патенти та обсяги торгівлі. У своїй роботі автори аналізують зв'язок між технологічною спеціалізацією та експортною спеціалізацією, доходючи до висновків, що експортна спеціалізація регіо-

ну пов'язана із його науково-технічною спеціалізацією. Вони стверджують, що регіони з більш високим рівнем науково-технічної спеціалізації експортують продукцію більш високої якості, показником чого є більш високі ціни. Крім того, експортні потоки, які спрямовані у країни з високим рівнем науково-технічної спеціалізації, складаються із найякіснішої продукції певної технології. Ці результати підтверджують, що науково-технічна спеціалізація є важливим фактором ефективності експорту і регіони з такою спеціалізацією краще оснащені для виробництва високоякісної продукції [7].

Науково-технічна спеціалізація включає у себе два протилежних аспекти: позитивний та негативний. У позитивному аспекті вона передбачає концентрацію можливостей у деяких сферах знання. Негативний аспект показує сфери відносної слабкості країни і означає низькі можливості у інших сферах, порівняно з третіми країнами. Проте сама концепція спеціалізації передбачає, що неможливо для країни досягнути високого рівня спеціалізації по всьому спектрі технологій.

Висновки. Автором були досліджені науково-теоретичні аспекти міжнародної спеціалізації. На основі цього була виведена власна дефініція міжнародної спеціалізації як форми міжнародного розподілу праці, яка пов'язана з особливостями країн та означає концентрацію та диференціацію виробництв окремих галузей для створення надлишкової продукції або її елементів для подальшого міжнародного обміну. Крім того, автором була доповнена класифікація міжнародної спеціалізації за видами виробництва. Були розглянуті найвидатніші західні дослідники і їх праці присвячені науково-технічній спеціалізації, шляхам її дослідження, впливу на економіку та експортну структуру регіону, а також позитивні та негативні наслідки. У роботі було визначено, що спеціалізація в цілому і науково-технічна спеціалізація зокрема – є формами міжнародного розподілу праці, а їх появлення пов'язано з розвитком та сучасними тенденціями міжнародних економічних відносин.

Список літератури:

1. Анисимова Л.В. Методические особенности формирования понятия «международное разделение труда» у студентов-географов / Л.В. Анисимова, И.И. Уразова // Вестник ВГУ. Сер. География и геоэкология. – Воронеж, 2002. – № 1. – С. 133-135.
2. Гагут Л.Д. . Мировая экономика : тексты лекций / Л.Д. Гагут, К.Н. Панферов. – М. : МГТУ ГА, 2004. – 100 с.
3. Грушинська Н.М. Міжнародна спеціалізація економіки України в умовах глобальних трансформацій : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.02 / Н.М. Грушинська. – Львів : Б. в., 2012. – 40 с.
4. Козак Ю.Г. Международные экономические отношения: теория и политика / Ю.Г. Козак. – К. : Центр учебной литературы, 2013. – 360 с.
5. Масленников А.И. Международная экономика / А.И. Масленников, Н.В. Брунова. – Керчь : Керченский государственный морской технологический университет, 2009. – 112 с.
6. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: теорія : підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / А.С. Філіпенко. – К. : Либідь, 2008. – 408 с.
7. Andersson Martin Technology Specialization And The Magnitude And Quality Of Exports // Martin Andersson, Olof Ejermo // Taylor & Francis Journals. Ser.Economics of Innovation and New Technology. – 2008. – Volume17. – № 4. – P. 355-375.
8. Harrigan James Technology, Factor Supplies, and International Specialization: Estimating the Neoclassical Model // James Harrigan // American Economy Review. – 1997. – Volume 87. – №. 4. – P. 475-494.
9. European Commission. Research and Innovation [Електронний ресурс] / International Science & Technology Specialisation: Where does Europe stand? – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/research/era/docs/en/4th-regional-key-figure.pdf> – Назва з екрану.

Златкина Е. Д.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

Резюме

Статья посвящена рассмотрению генезы понятия «международная специализация». В работе проведен анализ основных научных направлений исследования международной специализации. Рассмотрены существующие виды классификаций международной специализации, дана авторская дефиниция понятия международной классификация и предложена усовершенствованная классификация.

Ключевые слова: глобализация, конкурентоспособность, международная специализация, международная научно-техническая специализация, МРТ.

Zlatkina O. D.

Kharkiv National University named after V. N. Karazin

THEORITICAL ASPECTS OF INTERNATIONAL SPECIALIZATION OF PRODUCTION

Summary

The article is devoted to an overview of the genesis of the term «international specialization». In this paper the author analyzes the history of the concept of «international specialization», main researchers of this problem. The author gives existing types of classifications of international specialization, gives the author's definition of the notion «international specialization» and proposes an improved classification. It also provides the author's definition of the «international specialization».

Key words: globalization, competitiveness, international specialization, international science and technology specialisation, international division of labour.

УДК 338.47:656.2

Зоріна О. І.

Українська державна академія залізничного транспорту

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

У статті систематизовано класифікацію факторів впливу на рівень соціально-економічного розвитку економічної системи, обґрунтовано фактори, що впливають на формування стійкого соціально-економічного розвитку залізничного транспорту.

Ключові слова: залізничний транспорт, стійкий розвиток, соціально-економічний розвиток, фактори соціально-економічного розвитку.

Постановка проблеми. Залізничний транспорт є складною виробничо-економічною і соціальною системою зі своєю внутрішньою, тільки їй властивою територіально-виробничою та функціональною структурою. Вона виступає і як самостійна галузь економіки, і як галузь матеріального виробництва, що продовжує процес створення вартості товарів у сфері обігу.

Цілеспрямована робота з підвищення рівня соціально-економічного розвитку галузі може бути успішною якщо буде чітко сформовано уявлення про поняття «соціально-економічний розвиток», визначені фактори, що забезпечують його підвищення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні проблема соціально-економічного розвитку знайшла відображення в працях відомих вчених: В.Д. Базилевича, О.Г. Головніної, Н.М. Деевої, А.М. Колот, А.А. Чухна та інших [1-5]. Вагомий внесок у дослідження галузевих особливостей соціально-економічного розвитку залізничного транспорту внесли такі науковці, як В.Л. Дикань, Г.М. Кірка, Г.Д. Ейтутіс, М.М. Чеховська [6-9]. Але у їх працях не дуже чітко сформульовані чинники саме стійкого розвитку залізничного транспорту.

Метою статті є виділення соціально-економічних чинників формування стійкого розвитку залізничного транспорту та надання їх характеристик.

Виклад основного матеріалу. Під соціально-економічним розвитком залізничного транспорту слід розуміти процес взаємодії всіх елементів системи, метою якої є підвищення якості життя населення, примноження духовних, культурних та інтелектуальних здобутків працівників залізничного комплексу та створення потужної підґрунтя для ефективного функціонування сучасного та майбутнього покоління.

Основними складовими соціально-економічного розвитку є економічний та соціальний розвиток. Між даними складовими існує тісний взаємозв'язок: з одного боку, показники, які характеризують соціальний розвиток – рівень доходів населення, структура доходів і витрат, рівень безробіття та ін., – є показниками загального розвитку, з іншого боку, якісного покращення цих показників можна досягти тільки за рахунок покращення показників, які характеризуються економічний розвиток – зростання темпів виробництва, зростання прибутковості підприємств, позитивна динаміка інвестицій, запровадження інноваційних процесів.

Досліджуючи основи економічного розвитку, потрібно враховувати вплив таких факторів, як стан суспільної свідомості та рівень розуміння об'єктивних проблем і напрямів економічного розвитку, культури праці та спілкування, морально-

етичні, релігійні настанови, а також національні традиції. Зрозуміло, що усі вони, будучи «продуктом» багатовікової історичної еволюції, є надбудованими факторами, які суттєво впливають на ефективність функціонування основних елементів і відносин економічної системи будь-якого рівня.

У цілому дієвий вплив політичних, правових, моральних, духовно-культурних та інших факторів на економічний розвиток знаходить своє вираження в тому, що вони детермінують розкриття можливостей і рушійних сил, які закладені в тій чи іншій економічній системі.

В умовах соціально-економічного розвитку значно посилюється взаємозв'язок між економічними та соціальними факторами розвитку, що призводить до зростання залежності між динамікою економічного розвитку та соціальною політикою. Сьогодні стає актуальним забезпечення досягнення в першу чергу соціальних цілей, які в свою чергу сприяють економічному, науково-технологічному, інноваційному розвитку.

Економічний розвиток передбачає збільшення виробничих ресурсів і обсягів виробництва. Однак кількісні показники пов'язані з якісними перетвореннями, а саме: удосконаленням особистого та матеріального факторів суспільного виробництва у взаємодії з науково-технічним прогресом, підвищенням професійного рівня працівників, населення, формами організації та управління, збільшенням загального культурного, освітнього рівня працівників, їх матеріальної забезпеченості. Зрозуміло, що такі перетворення зумовлені соціальними, демографічними, політичними, психологічними та іншими факторами.

Інтенсивний розвиток, в першу чергу, означає скорочення витрат, покращення рівня соціального розвитку працівників. Слід зазначити, що рівень соціально-економічного розвитку залізничного транспорту, в першу чергу, буде характеризуватися його економічною, виробничою та соціальною ефективністю. Невід'ємною частиною економічного розвитку є економічне зростання, основними характеристиками якого є темп, ефективність та якість.

Під ефективністю слід розуміти покращення всіх складових багатогранного поняття «ефективність виробництва», у тому числі покращення якості товарів і послуг, підвищення конкурентоспроможності, освоєння нових видів виробництв, впровадження інноваційних процесів, підвищення продуктивності праці та ін. Якість економічного зростання повинна відображати посилення соціальної спрямованості розвитку, основними складовими якої є матеріальний добробут і духовний розвиток населення, рівень розвитку соціальної інфраструктури, безпечність умов праці, соціальна захищеність [10].

Варто зазначити, що за способом впливу на економічне зростання розрізняють прямі та непрямі фактори [10]. Прямими вважаються такі, що роблять зростання фізично можливим, до них належать такі фактори як: кількість і якість робочих та природних ресурсів; обсяг основного капіталу; технологія і організація виробництва; рівень розвитку підприємницьких здібностей в суспільстві. Непрямі фактори – це умови, які дозволяють реалізувати можливості суспільства щодо економічного зростання. За такими умовами створюються фактори попиту та розподілу, а саме: зниження ступеню монополізації ринку; податковий клімат в економіці; ефективність кредитно-банківської системи; зростання споживацьких, інвестиційних та державних витрат; розширення експортних поставок; перерозподіл виробничих ресурсів та доходів в економіці.

На економічний розвиток впливає велика кількість факторів. Під факторами соціально-економічного розвитку розуміють ті явища і процеси, які визначають можливості збільшення реально обсягу виробництва, підвищення ефективності і якості зростання [11]. Фактори соціально-економічного розвитку беруть участь у вирішенні основного протиріччя економіки: між обмеженою кількістю ресурсів і безмежним зростанням потреб населення. Вирішити це протиріччя можна двома способами. По-перше, за рахунок збільшення виробничих потужностей, по-друге, за рахунок підвищення якості використання наявних потужностей і розвитку суспільних потреб. Склад і структура факторів економічного зростання значною мірою визначаються яким чином буде вирішуватись дане протиріччя, і, відповідно, яка модель економічного розвитку буде обрана. Фактори здійснюють як прямий, так і опосередкований вплив на соціально-економічний розвиток. Прямі фактори безпосередньо визначають фізичну здатність до соціально-економічного розвитку: Опосередковані фактори впливають на можливість реалізувати здатність до економічного зростання. Вони дозволяють реалізувати потенціал, закладений в прямих факторах, або обмежити його. Всі ці фактори в тій чи іншій мірі пов'язані з інвестиційним процесом (інвестиціями в основний капітал, в НТП, природоохоронні заходи, в освіту і соціальну сферу) [12-14].

На думку Дж. Стігліца [15], економічне зростання залежить від чотирьох основних чинників: зростання акціонерного капіталу (інвестиції); зростання технічного прогресу (науково-дослідна діяльність); розвитку утилізації природних ресурсів; зростання добробуту населення і вдосконалення якості робочої сили.

До основних чинників стійкого розвитку Пустовойт О. відносить модель ресурсокористування [16], яка відзначається зростанням фізичних обсягів споживання (виробництва) речовинно-енергетичних ресурсів [17].

Одним із ключових факторів економічного розвитку є ефективність виробництва, яка визначається виробничими відносинами, які складаються між суспільством в цілому, колективами працівників і окремими працівниками з приводу господарювання на базі приватної, суспільної та змішаної форм

власності та впровадження раціонального використання ресурсів в інтересах задоволення потреб працівників.

Основними показниками ефективності виробництва є отримання прибутку, зростання продуктивності праці, підвищення фондівіддачі, скорочення енерговитрат на одиницю продукції та інше. Високі результати ефективності виробництва можливо досягти, якщо зазначені вище показники будуть поєднуватися з ростом якості перевезень.

Важливе значення для ефективності, розвитку транспортного виробництва має вибір найбільш оптимальних, найбільш вигідних варіантів розвитку підприємств, капітальних вкладень, нових технологій, техніки, які сприятимуть досягненню найкращих економічних результатів при мінімальному обсязі матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Для максимального використання всіх факторів і можливостей покращення рівня виробництва повинно бути удосконалено управління розвитком всього господарського механізму залізничного транспорту.

В економічній літературі існує безліч класифікацій факторів, що впливають на розвиток економічної системи. Систематизувавши вище зазначене, слід відмітити, що фактори, які впливають на залізничний транспорт країни, можна класифікувати (рис. 1):

1. За середовищем:

- зовнішні – фактори, на дію яких підприємства залізничного транспорту вплинути не можуть;

- внутрішні – фактори, які безпосередньо впливають на діяльність економічної системи та які контролює та змінює система.

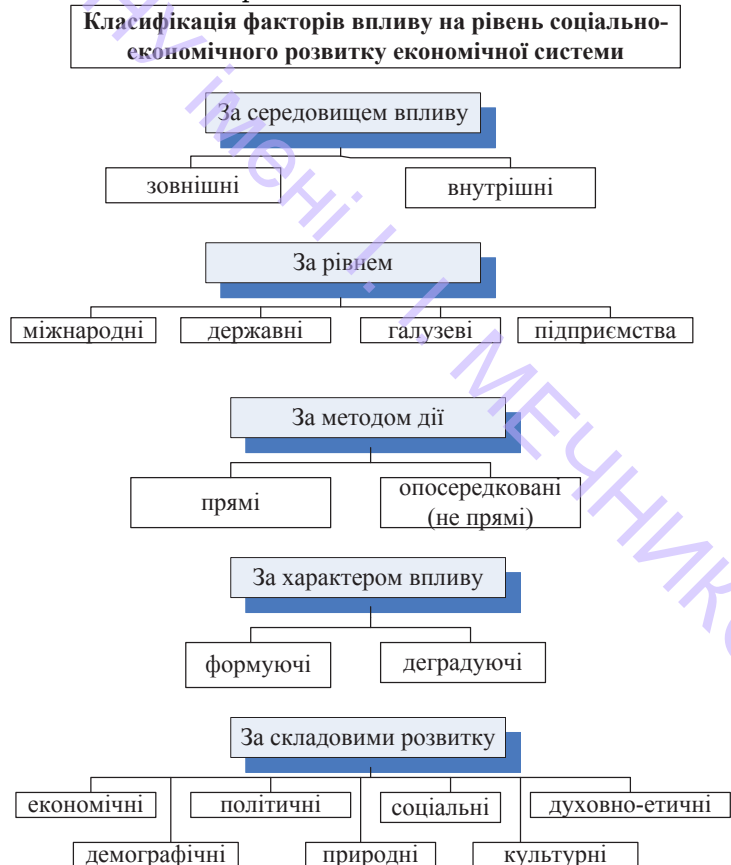


Рис. 1. Класифікація факторів впливу на рівень соціально-економічного розвитку економічної системи

2. За рівнем:

- міжнародного – фактори, які обумовлені міжнародними подіями;
- державного (національного) – фактори, які формуються на основі діяльності держави, подій національного рівня;
- галузевого – фактори, що формуються на рівні галузі, змін в галузевій політиці;
- рівня підприємства – фактори, що формуються під впливом діяльності підприємства.

3. За методом дії є прямі та опосередковані (не прямі).

4. За характером впливу:

- формуючі, які сприяють формуванню належного рівня розвитку;
- деградуєчі – фактори, які негативно впливають на розвиток економічної системи, призводять до її деградації.

5. За складовими розвитку є такі: економічні; політичні; соціальні; духовно-етичні; технологічні; природні; демографічні; культурні та інші.

Також варто виділити фактори, які позитивно та негативно впливають на формування рівня соціально-економічного розвитку.

До числа основних елементів соціально-економічного розвитку залізничного транспорту можна віднести:

- прискорення науково-технологічного прогресу;
- підвищення якості обслуговування пасажирів, якості вантажних перевезень;
- удосконалення форм організації праці і технологічних процесів;
- досягнення високого рівня науково-технологічного процесу;
- покращення використання наявного виробничого потенціалу.

Розглянемо фактори, які безпосередньо впливають на формування стійкого соціально-економічного розвитку залізничного транспорту (рис. 2).

До факторів, що позитивно впливають, та сприяють формуванню стійкого соціально-економічного розвитку залізничного транспорту державного рівня слід віднести: зовнішньоекономічні зв'язки з іншими країнами, експортно-імпорتنі відносини, транспортна політика країни, наявність потужного науково-технічного потенціалу країни. На галузевому рівні факторами, що позитивно впливають є: наявність конкурентів, науково-технологічного потенціалу, транзитний потенціал, транспортний потенціал, наявність розвиненої мережі міжнародних транспортних коридорів (МТК), так і країни, соціальна політика галузі. На рівні підприємств залізничного транспорту факторами формування стійкого соціально-економічного розвитку можуть виступати: науково-технічний, кадровий, інноваційний потенціал, ресурсне забезпеченість, соціальна політика підприємств, ефективність персоналу, рівень освіти, система підвищення кваліфікації.

Однак на формування моделі стійкого соціально-економічного розвитку залізничного комплексу України впливають і фактори, що деградуєчі, негативно впливають. До таких факторів державного рівня відносяться:

- політика уряду щодо розвитку залізничного транспорту;
- низький рівень державної підтримки;
- недосконале законодавство, нормативно-правова база.

Фактори галузевого рівня, що негативно впливають на формування стійкої моделі соціально-економічного розвитку:

- недобросовісна конкуренція на ринку транспортних послуг;
- неефективна інвестиційна, інноваційна політика;
- система управління;
- стан транспортної інфраструктури;
- моральне, фізичне зношення рухомого складу;
- низький рівень розвитку швидкісного руху;
- низька якість перевезень;
- низька пропускна спроможність певних ділянок транспортної мережі;
- низька прозорість фінансово-економічної діяльності галузі.

До факторів, що призводять до деградації розвитку залізничного транспорту на рівні підприємств галузі відносяться:

Формують	Державний рівень	Деградуєчі
<ul style="list-style-type: none"> - зовнішньоекономічні зв'язки з іншими країнами; - експортно-імпорتنі відносини; - транспортна політика країни; - науково-технічний потенціал країни; - розробка державних програм в пріоритетних сферах розвитку; 		<ul style="list-style-type: none"> - загальнополітична ситуація в країні; - політика уряду щодо розвитку залізничного транспорту країни; - державна підтримка підприємств залізничної галузі; - недосконала нормативно-правова база;
	Галузевий рівень	
<ul style="list-style-type: none"> - наявність конкурентів; - розвиток науково-технічного потенціалу; - тарифна політика; - транзитний потенціал; - транспортний потенціал; - наявність розгалуженої мережі залізниць, міжнародних транспортних коридорів; - соціальна політика галузі; 		<ul style="list-style-type: none"> - недосконала конкуренція; - неефективна інвестиційна, інноваційна політика; - система управління; - сучасний стан інфраструктури; - моральне та фізичне зношення рухомого складу; - низький рівень розвитку швидкісного руху; - низька якість перевезень; - низька транзитоспроможність національних МТК, пропускна спроможність залізниць; - низька прозорість фінансово-господарської діяльності залізничного транспорту;
	Рівень підприємства	
<ul style="list-style-type: none"> - науково-технічний потенціал; - кадровий потенціал; - інноваційний потенціал; - впровадження логістичного управління; - соціальна політика підприємств залізничного транспорту; - ефективність роботи персоналу; - соціально-психологічний клімат; - система освіти, підвищення кваліфікації; - наявність ресурсів. 		<ul style="list-style-type: none"> - відсутність державної підтримки; - якість продукції, обслуговування; - відсутність інвестицій; - відсутність надійної, модернізованої інфраструктури; - ефективність виробництва.

Рис. 2. Фактори, що впливають на формування стійкого соціально-економічного розвитку залізничного транспорту

- відсутність державної підтримки;
- низька якість обслуговування;
- відсутність інвестицій, в т. ч. з боку держави;
- відсутність модернізованої інфраструктури;
- низька ефективність виробництва.

Висновки. Таким чином, ефективність соціально-економічного розвитку залізничної галузі необхідно розглядати як складовий елемент загальної ефективності розвитку країни. До факторів, що негативно впливають на рівень соціально-економічного розвитку залізничного транспорту, варто віднести недостатність та неефективність державної підтримки діяльності підприємств залізничного транспорту, неефективність законів,

відсутність сприятливих умов для проведення науково-технічних досліджень, зростання розміру кредиторської заборгованості, зменшення обсягів перевезення, неефективну кадрову політику, корумпованість державних та галузевих структур, зростання конкуренції на внутрішньому ринку перевезень, невідповідність якості транспортних послуг міжнародним стандартам, низький рівень логістизації діяльності та інші.

Однією з умов ефективного розвитку залізничного комплексу є додержання принципу регіоналізації діяльності, який поєднує перспективи соціально-економічного розвитку регіонів, країни у взаємодії з розвитком транспортного сектору економіки.

Список літератури:

1. Економічна теорія: Політекономія [Текст] : підручник / за ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2008. – 719 с.
2. Головніна О. Г. Основи соціальної економіки [Текст] : підручник / О. Г. Головніна. – К. : Арістей, 2006. – 612 с.
3. Деева Н.М. Потенціал соціалізації і його регулювання в економіці: теорія, методологія, перспективи [Текст] : монографія / Н.М. Деева. – Д. : Арт-Прес, 2006. – 444 с.
4. Колот А.М. Соціально-трудова відносина: теорія і практика регулювання [Текст] / А.М. Колот. – К. : КНЕУ, 2004. – 230 с.
5. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та її значення для України [Текст] / А.А. Чухно. – К. : Логос, 2003. – 631 с.
6. Дикань В.Л. Соціально-орієнтована ринкова економіка України в умовах глобалізації [Текст] / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 35. – С. 15-19.
7. Кірпа Г.М. Інтеграція залізничного транспорту України у європейську транспортну систему [Текст] : монографія / Г.М. Кірпа. – 2-ге вид. – Дніпропетровськ: ДІТ, 2004. – 248 с.
8. Ейтутіс Г.Д. Міжнародний досвід і практика реформування залізничного транспорту [Текст] / Г.Д. Ейтутіс, О.М. Кривопішин, Т.А. Мукмінова // Залізничний транспорт України. – 2007. – № 2. – С. 31-35.
9. Чеховська, М.М. Напрями інноваційного розвитку залізничного транспорту в умовах реформування [Текст] / М.М. Чеховська // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 32. – С. 281-283.
10. Основи економічної теорії: політекономічний аспект [Текст] / за ред. Г.М. Климка, В.П. Несторенка. – К. : Вища школа, 1999. – 743 с.
11. Прокопенко, О.А. Податкова система як фактор впливу на соціально-економічний розвиток регіону [Текст] / О.А. Прокопенко // Економіка та держава. – 2008. – № 2. – С. 19-23.
12. Кулинченко, А.В. Влияние налоговой системы на процесс накопления [Текст] / А.В. Кулинченко // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2005. – № 204. – С. 782-792.
13. Musgrave R.A. Public Finance in Theory and Practice. Fourth ed / R.A. Musgrave, P.B. Musgrave. – New York : McGraw-Hill, 1984. – P. 760-761.
14. Sloman J. Economics. – L. : Harvester Wheatsheaf, 1995. – 236 p.
15. Стігліц Д.Е. Економіка державного сектора [Текст] ; пер. з англ. А. Олійника, Р. Скільського. – К. : Основи, 1998. – 854 с.
16. Пустовойт О. Модель ресурсокористування України: окремі підсумки і штрихи розвитку [Текст] / О. Пустовойт // Економіка України. – К. : Преса України, 2006. – № 7. – С. 27-34.
17. Грабчук О.М. Фактори невизначеності розвитку економіки України [Текст] / О.М. Грабчук // Економічний простір. – 2008. – № 15. – С. 51-60.

Зорина Е. И.

Украинская государственная академия железнодорожного транспорта

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Резюме

В статье систематизирована классификация факторов влияния на уровень социально-экономического развития экономической системы, обоснованы факторы, влияющие на формирование устойчивого социально-экономического развития железнодорожного транспорта.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, устойчивое развитие, социально-экономическое развитие, факторы социально-экономического развития.

Zorina O. I.

Ukrainian State Academy of Railway Transport

SOCIO-ECONOMIC FACTORS OF FORMING OF FIRM DEVELOPMENT OF RAILWAY TRANSPORT

Summary

In the article the classification of factors of influence on the level of socio-economic development of the economic system is definite, factors affecting forming of steady socio-economic development of railway transport are grounded.

Key words: railway transport, steady development, socio-economic development, factors of socio-economic development.

УДК 330.34

Макогон Ю. В.
Иванкова Д. Р.

Донецкий национальный университет

ФЕНОМЕН «НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ» ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
КАК ОБЪЕКТИВНОГО УСЛОВИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В данной работе исследован феномен «неопределенности» экономического развития, рассмотрены различные взгляды ученых, экономистов на сущность данного понятия. Выделены основные источники неопределенности и отображены факторы, которые влияют на их формирование. Особо внимание уделяется разнообразию методов оценки неопределенности экономических систем.

Ключевые слова: неопределенность, экономическое развитие, международное взаимодействие, экономический рост, неустойчивое развитие.

Постановка проблемы. Экономическая деятельность реализуется в условиях неоднозначности протекания реальных социально-экономических процессов, многообразия возможных состояний и ситуаций реализации решения, в котором в будущем может оказаться хозяйствующий субъект. Риск объективно составляет неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения в силу того, что неопределенность – неизбежная характеристика условий хозяйствования. В момент принятия решения не всегда невозможно получить полные и точные знания об отдаленной во времени среде реализации решения, обо всех действующих или потенциально могущих проявиться внутренних и внешних факторах. Объективно существует и неустраняемая неопределенность, имеющая место при принятии решений, приводящая к тому, что риск никогда не бывает нулевым. Следствием этого является неуверенность в достижимости поставленной цели, и в результате реализации выбранного решения намеченная цель в большей или меньшей степени не достигается.

Анализ последних исследований и публикаций. Наиболее значимые результаты исследований для теории и методологии неопределенности, заложившие основы последующего развития теоретических и прикладных разработок, представлены в работах Найта Ф.Х., Клиффа Лесли, Лавингтона Ф., Пигу А.С., Хайнса Дж., Лонга Дж., МакКолла Дж., Трауба Дж.Ф., Возняковского Х. и многих других. Современные представления зарубежных ученых о неопределенности в экономике прослеживаются в трудах Смита Н. Дж., Веблена Т., Ренна О., Охелхейма Л., и др.

В последующем, изучением сущности неопределенности в отечественной науке занимались такие ученые как Петраков Н.Я., Ротарь В.И., Айвазян С.А., Тэпман Л.Н., Вишняков Я.Д., Радаев Н.Н., Шапкин А.С., Чернов В.А., Уткин Э.А., Фролов Д.А., Качалов Р.М., Ермасова Н.Б., Куликова Е.Е. и другие. Результаты их исследований, дополненные теоретическими и методологическими разработками зарубежных ученых, составляют современное традиционное понимание неопределенности и рисков.

Формулирование целей статьи. Главной целью этой работы является изучения феномена «неопределенности», рассмотрения его видов и источников данного процесса, анализ различных подходов к оценке неопределенности.

Изложение основного материала исследования. Современное мировое общество – это общество риска, дуализма, и неоднозначности любого экономического, социального, политического или технологического события. С одной стороны, глобализация открывает перед государством новые возможности для эффективной экономической деятельности, с другой – подрывает основы принятия решений всё большими рисками и неопределенностью дальнейшего развития. На сегодняшний день мировое экономическое развитие нельзя характеризовать, как устойчивое, во всех областях деятельность прослеживается нестабильность и неопределенность.

Рассмотрим сущность понятия «неопределенность» и взгляды на данный феномен различных ученых и экономистов (табл. 1) [8].

Понятие неопределенность также раскрывается в философских трудах И. Канта, в его работе

Таблица 1

Определения сущности понятия «неопределенность»

Автор	Определение понятия «неопределенность»	Источник
П. Самуэльсон	«...неопределенность порождает несоответствие между тем, чего люди ждут, и тем, что действительно происходит, количественным выражением этого несоответствия является прибыль или убыток». Другими словами автор понимает неопределенность как отклонение от планируемых результатов, как в положительную сторону-получение непредвиденной прибыли, так и в отрицательную сторону-получение незапланированных убытков.	Самуэльсон П. Экономика [Текст] / П. Самуэльсон [Том 1 / Пер. В. Д. Антонова, Пер. О. Г. Клесмет, Пер. А. К. Криворотченко, Пер. П. Г. Олдака, Пер. Р. Х. Хафизова, В. О. Чургель, А. Б. Усачева. – 1993. – 333 с.
А. Маршал	Рассматривает появление неопределенности при занятии предпринимательской деятельностью, где под неопределенность он понимает непредвиденные колебания будущей прибыли. Маршал не проводит разграничения между такими понятиями как риск и неопределенность, считая их равнозначными.	Сафиуллина Р.Т. Неопределенность экономической среды и поведение экономических агентов : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.01 / Сафиуллина Р.Т.; [Место защиты: Марийск. гос. техн. ун-т]. - Йошкар-Ола, 2009. - 140 с.
П. Бернштейн	Автор источник неопределенности видит непосредственно в людях, так как их поведение и принятие решений часто бывает не рационально. А так как человек является субъектом хозяйственной деятельности, то неопределенность автоматически переносит и на нее.	Бернштейн П. Против богов: Укрощение риска / П. Бернштейн. Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. — 400 с.: ил.

Ф.Найт	Автор разделил понятия риска и неопределенности. Под риском он понимал вероятность наступления неблагоприятного исхода, а неопределенность, по его мнению, не может быть подсчитана количественно, так как, как правило, слишком мало информации о наступлении неопределенных событий и каждое по себе является уникальным. Такое событие нельзя, каким либо образом классифицировать.	Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль /Ф.Х. Найт. пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 360 с
Б.Райзберг	«...неопределенность, есть недостаточность сведений об условиях, в которых будет протекать экономическая деятельность, низка степень предсказуемости, предвидения этих условий».	Райзберг Б.А., Современный экономический словарь. — 2-е изд./ Б.А. Райзберг, Л.Ш.Лозовский, Е. Б.Стародубцева, испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с
С.Ю. Ляпина	«Фактор неопределенности является обобщенным выражением всех составляющих услуг производства и реализации продукта, динамику которых в стратегической перспективе определить достаточно сложно». Причиной возникновения неопределенности является дефицит знаний.	Ляпина, С.Ю. Исследование неопределенности при формировании маркетинговых стратегий / С.Ю. Ляпина // Маркетинг. – 06/2003. – №3. – С.38-44.
Г.В. Литвинцева	Определяет неопределенность как состояние внешней и внутренней по отношению к человеку среды, обусловленное ограниченной возможностью получения фактов.	Литвинцева Г.П. Введение в институциональную экономическую теорию/ Г.П. Литвинцева/ Учеб. пособие. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 1999. – 45 с.

«Критика чистого разума» – «мир сущности окказывается не познаваемой вещью в себе», другими словами, для того чтобы понять действительность, состоящую из бесконечных фактов, человеку необходимо иметь бесконечный разум. Неопределенность пропадет, если человечество достигнет абсолютного знания.

Таким образом, учитывая обозначенные выше факторы, порождающие неопределенность в экономических системах, разобьем условно источники неопределенности на три группы (рис. 1) [1].

Таким образом, неопределенность связана либо с отсутствием достаточного объема необходимой информации, либо с объективной невозможностью ее получения и разработки надежных сценариев

развития экономических процессов. В любом случае степень неопределенности определяет информация, ее количество, качество и своевременность.

Далее рассмотрим основные классификации неопределенностей. Э.Е. Грова выделяет следующие виды неопределенности:

- перспективная неопределенность – появление случайных факторов;
- ретроспективная неопределенность – отсутствие фактов и информации о поведении объекта в прошлом;
- техническая неопределенность – невозможность предсказать результаты принимаемых решений;
- стохастическая неопределенность;

- неопределенность состояния природы;
- неопределенность целенаправленного противодействия – появляется при конфликте двух или более сторон;
- неопределенность целей;
- лингвистическая неопределенность;
- неопределенность действия.

С.Ю. Ляпина категорию неопределенность классифицирует по видам и формам.

По видам выделяет внешнюю неопределенность и внутреннюю неопределенность.

По формам автор выделяет:

- неизвестность – отсутствие информации для принятия решений;
- неоднозначность – противоречивость информации для принятия четких управленческих решений;
- непредсказуемость – хаотичность изменения информации;

Помимо вышеперечисленных видов неопределенности так же встречаются следующие классификации категории неопределенности:

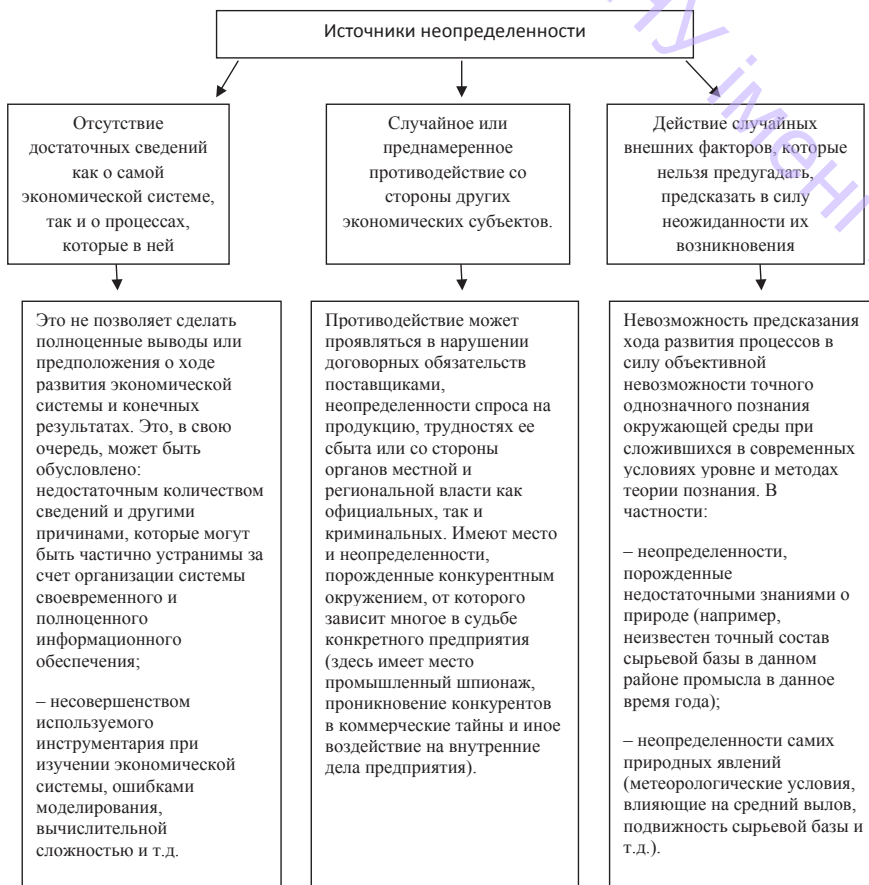


Рис. 1. Классификация источников неопределенности

- частичная неопределенность – отсутствие статистических данных;

- временная неопределенность – неопределенность по времени, например, для развивающихся стран;

- полная неопределенность – решения принимаются в уникальных условиях.

Неопределенность – сложное понятие, которому трудно дать однозначное определение или четко его классифицировать. Очень важно понимать и учитывать, что неопределенность всегда будет присутствовать при принятии решений либо при хозяйственной деятельности. Отбрасывание этого фактора приведет к потере контроля над ситуацией. Использование современных технологий позволяет минимизировать влияние неопределенности. Но можно отметить, что и скорость развития общества, экономики значительно увеличилась – это только добавляет неопределенности и заставляет использовать все более сложные системы учета, контроля, регистрации, прогнозирования и оценки.

Существуют различные подходы к оценке неопределенности экономических систем. Рассмотрим количественную оценку экономической неопределенности, которая включает в себя различные факторы, среди которых основными являются: обеспеченность ресурсами; колебания спроса на товар; изменение стоимости энергоносителей, труда рабочих и специалистов; изменение цен на сырье и комплектующие изделия; инфляция и т. д. Сложность проблемы количественной оценки неопределенности обуславливает ряд аспектов: случайность рассматриваемых процессов, искаженность и недоступность информации о возможных событиях и процессах, противодействие со стороны других систем.

Вероятно-статистический подход к оценке неопределенности является исторически первым. Наиболее распространенной является частотная, или статистическая, интерпретация вероятности. Вероятность здесь отождествляется с относительной частотой появления массового случайного события при достаточно длительных испытаниях. Однако в условиях ограниченного эксперимента удается получить лишь выборочные оценки параметров плотности распределения или ее моментов. Следовательно, при статистическом описании фактора неопределенности Z вместо истинных моментов – математического ожидания $M(Z)$ и дисперсии $D(Z)$ – получают лишь оценки $M(Z)$ и $D(Z)$, точность которых определяется планом эксперимента, числом опытов, дисперсией помехи, методом оценивания и т.п. Достоверность статистических выводов на основе полученных оценок существенно зависит от вида постулируемых законов распределения и довольно чувствительна к нарушению исходных допущений. С этой точки зрения, никакое индивидуальное событие не обладает частотой, и поэтому нет смысла говорить о его вероятности. Значит статистическая вероятность может быть использована только для количественной оценки таких альтернатив, для которых существует статистическая информация. Успешное функционирование системы при воздействии помех и возмущений статистической природы зависит также от эффективности алгоритма прогноза, в основу которого могут быть положены идеи МНК (метод наименьшего квадрата), байесовского и небайесовского подхода и др.

Если гипотезы основываются на оценках экспертов, принимается субъективная интерпретация вероятности. При этом вероятность интерпретиру-

ется как "мера доверия", которую мы испытываем к тому или иному значению рассматриваемого фактора неопределенности. Существуют различные подходы к оценке субъективной информации. [4].

Если же гипотезы принимаются из чисто логических соображений, то мы имеем дело с логической интерпретацией вероятности. Логическая вероятность выражает не зависящую от опыта степень подтверждения одного суждения другими суждениями, т.е. вероятность того, что суждение истинно, зависит от степени его обоснованности с помощью других суждений [3].

Также нужно отметить, что в рамках вероятно-статистического подхода к оценке факторов неопределенности используется так называемое стохастическое описание [1].

Случайные факторы Z полностью стохастически описаны, если задана их плотность вероятности. Учитывая, что плотность вероятности является исчерпывающей характеристикой случайных величин, некоторые специалисты рассматривают ситуацию, когда известна плотность вероятности, как детерминированную [2]. Однако при использовании стохастических моделей возникает целый ряд трудностей, связанных со сложностью получения плотностей распределения вероятностей для параметров модели. Часто в прикладных задачах нет оснований или недостаточно информации для того, чтобы рассматривать факторы неопределенности как случайные (например, нельзя предположить даже гипотетически возможность многократного проведения эксперимента на исследуемом объекте при неизменном действии неучтенных и неуправляемых факторов). Это приводит к необходимости учета неопределенности нестатистической (или в общем случае неизвестной) природы, когда относительно факторов Z ничего не известно, кроме их свойства быть ограниченными. В таких условиях наиболее общей и наиболее естественной моделью описания факторов является их представление в интервальной форме, когда задают диапазон возможных значений переменных или зависимостей. Концепция интервально-вероятностного подхода к формализации неопределенности позволяет повысить обоснованность применения в реальных практических задачах аппарата теории вероятности путем расширения вероятностных величин на интервально-вероятностные величины, т. е. задается не один определенный закон распределения вероятностей, который в большинстве реальных практических задачах невозможно обосновать из-за отсутствия достаточной статистики, а задается множество (семейство, класс) близких вероятностных распределений, согласованных с имеющейся информацией.

Использование интервально-вероятностного подхода к формализации неопределенности также позволяет ослабить допущение о статистической однородности наблюдаемых событий для построения вероятностных гипотез, поскольку в большинстве задач экономики и финансов статистическая однородность наблюдаемых событий не может быть доказана, соответственно, невозможно использование классических статистических вероятностных гипотез.

Часто ввиду большой сложности объекта, существенной нелинейности, трудностей формализации, наличия различных субъективных критериев и ограничений могут применяться нечеткие модели. Если информация о параметрах модели и требованиях к системе задается экспертом на естественном языке, а значит в достаточно «не-

четких» (с позиции математиков) терминах, то используют интенсивно развивающийся в последнее время подход, связанный с понятием лингвистической переменной [5] и нечеткого множества. Этот подход опирается на предпосылку о том, что элементами мышления человека являются не числа, а элементы некоторых нечетких множеств или классов объектов, для которых переход от «принадлежности к классу» к «непринадлежности» не скачкообразен, а непрерывен.

Традиционные методы недостаточно пригодны для анализа подобных систем именно потому, что они не в состоянии охватить нечеткость человеческого мышления и поведения. Подход на основе теории нечетких множеств является, по сути дела, альтернативой общепринятым количественным методам анализа систем. Он имеет три основные отличительные черты [6]:

- вместо или в дополнение к числовым переменным используются нечеткие величины и так называемые «лингвистические» переменные;
- простые отношения между переменными описываются с помощью нечетких высказываний;
- сложные отношения описываются нечеткими алгоритмами.

Детерминированные подходы к учету неопределенных факторов играют значительную роль в практике создания различных систем. Очень часто разработчикам при обеспечении свойств системы приходится ориентироваться не на вероятности соблюдения каких-либо требований и не на нечеткие ожидания желаемых показателей, а на обеспечение допустимого поведения системы во всей совокупности состояний, имеющих значение для дальнейшей эксплуатации. Например, в технологических системах с помощью детерминированного подхода строятся регуляторы, обеспечивающие устойчивое поведение системы при наличии неопределенности элементов математических моделей, вызванной несовершенством моделей (неточности параметров) или внешними возмущениями (неопределенности входов). При наличии границ неопределенностей элементов регуляторы используют эту информацию с применением обратной связи. При наличии обратной связи полученные при некоторых предположениях выходные параметры могут быть использованы затем для уточнения, пересмотра входных показателей, нормативов, оценок и т. п. В экономических системах

(например, для предприятия) в качестве таких регуляторов могут выступать технико-экономические показатели функционирования системы. Зная критические значения факторов, оказывающих воздействие на систему, можно рассчитать критические значения показателей, контроль за которыми позволяет сделать заключение о нахождении предприятия в той или иной области допустимого поведения системы.

Выводы. Неоднозначность и неопределенность являются основными характеристиками современной экономической деятельности. Феномен «неопределенности» всегда интересовал экономистов и ученых различных школ. Каждый по-разному пытался дать определение данному понятию. П. Бернштейн неопределенность видел непосредственно в людях, которые являются субъектами хозяйственной деятельности. Литвинцева Г.В., наоборот, рассматривала неопределенность как состояние внешней и внутренней по отношению к человеку среды. Таким образом, неопределенность является сложным понятием, которому трудно дать однозначное определение или четко его классифицировать. Однако выделяют основные три общепринятых источника неопределенности: отсутствие достаточной информации об экономической системе и происходящих в ней процессах; случайное или преднамеренное противодействие со стороны экономических субъектов; действие случайных внешних факторов, которые невозможно предугадать. Существуют различные подходы к оценке неопределенности экономических систем. Количественная оценка, с одной стороны, казалось бы одна из более показательных, содержит в себе ряд сложностей: искаженность и недоступность информации, случайность рассматриваемых объектов. Исторически первым был вероятно-статистический подход, который включал в себя частотную или статистическую интерпретацию вероятности, логическую вероятность и стохастическое описание. Также широкое применение получил подход на основе теории нечетких множеств, который можно назвать альтернативой количественному методу. Таким образом, чтобы получить наиболее достоверный результат при оценке неопределенности, нужно комплексно подходить к данному процессу и использовать совместно различные методы оценки.

Список литературы:

1. Оптимизация в условиях неопределенности : учебник для вузов / А.П. Воцинин, Г.Р. Сотиров. – М. : Изд-во МЖ София Техника, 1989. – 224 с.
2. Таха Х.А. Введение в исследование операций / Х.А. Таха – 7-е издание : Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 912 с.: ил. – Парал. тит. англ.
3. Кайберг, Г. Вероятность и индуктивная логика : научное издание / Г. Кайберг ; пер. с англ. Б. Л. Лихтенфельда, общ. ред. и послесл. А. И. Ракитова. – М. : Прогресс, 1978. – 375 с. – (в пер.)
4. Райфа Г. Анализ решений (введение в проблему выбора в условиях неопределенности) / Г. Райфа; пер. с англ. – М. : Наука, 1977. – 408 с.
5. Заде Л. А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений / Л. А. Заде. – М. : Мир, 1976. – 167 с.
6. Модели и алгоритмы принятия решений в нечетких условиях : монография / Алтунин А.Е., Семухин М.В. // Тюмень : Изд-во Тюменского государственного университета, 2000. – 352 с.
7. Нечетко-множественный подход как средство повышения эффективности управления экономическими процессами в условиях неопределенности. [Электронный ресурс] : информационно-аналитический журнал «Правовая гарантия» / Л.А. Сосковец, О.О. Князева. – Режим доступа : http://www.sibadvokat.ru/magazine/arhiv_nomerov/2009_god/pomer_5_32/biznes_i_obrazovanie/ – 2009.
8. Жданов И. Неопределенность в экономике. 14 определений понятия неопределенность. Неопределенность ее виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.beintrend.ru/14>.

Макогон Ю. В.

Іванкова Д. Р.

Донецький національний університет

**ФЕНОМЕН «НЕВИЗНАЧЕНОСТІ» ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ЯК ОБ'ЄКТИВНОЇ УМОВИ МІЖНАРОДНОЇ ВЗАЄМОДІЇ**

Резюме

У даній роботі досліджено феномен «невизначеності» економічного розвитку, розглянуто різні погляди вчених, економістів на сутність даного поняття. Виділено основні джерела невизначеності і відображені фактори, які впливають на їх формування. Особлива увага приділяється різноманітності методів оцінки невизначеності економічних систем.

Ключові слова: невизначеність, економічний розвиток, міжнародна взаємодія, економічне зростання, нестійкий розвиток.

Макогон Y. V.

Ivankov D. R.

Donetsk National University

**THE PHENOMENON OF «UNCERTAINTY» OF ECONOMIC DEVELOPMENT
AS THE OBJECTIVE CONDITIONS OF INTERNATIONAL COOPERATION**

Summary

The phenomenon of «uncertainty» of economic development is investigational in this work, the different looks of scientists, economists on essence of this concept are considered. The basic sources of uncertainty are selected and factors which influence on their forming are represented. Especially attention is spared the variety of methods of estimation of uncertainty of the economic systems.

Key words: uncertainty, economic development, international cooperation, economic growth, unsustainable development.

УДК 339.1

Калмикова Н. М.

Позднякова О. Р.

Донецький національний технічний університет

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено теоретичні питання щодо визначення та систематизації методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Застосування такого методу аналізу, як систематизація, дозволило виокремити переваги та недоліки методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Погоджено, що методи оцінки конкурентоспроможності підприємства складаються для кожного підприємства окремо або для підприємств однієї галузі та не відображають застосування наукових підходів до управління. **Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємств, конкурентні переваги, фактори впливу, потенціал підприємства.

Постановка проблеми. Поняття «конкурентоспроможності» досліджено багатьма економістами, практиками, вченими і включає найрізноманітнішу кількість складових починаючи від економічних, маркетингових, інтелектуальних, управлінських та закінчуючи соціальними, культурними та іншими елементами, що впливають на кінцевий підсумок визначення даного терміну. В рамках складності визначення терміну конкурентоспроможності, ще більша складність постає в самій оцінці і виборі ефективного методу та підходу до визначення оцінки конкурентоспроможності. Проблема оцінки конкурентоспроможності саме підприємства, полягає в мінливості факторів зовнішнього середовища та частіше неможливості виокремлення конкретного процесного етапу на якому знаходиться підприємство, що ще більше ускладнює зазначену проблему.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі оцінки конкурентоспроможності підприємства присвячені роботи зарубіжних вчених, таких як М. Портера, А. Томпсона, Дж. Еванса, Ф. Котлера, П. Дойля, так і вітчизняних вчених, що розкрили зміст методів оцінки за умов мінливості зовнішнього середовища – О.І. Амоші, Л.В. Балабанової, О.А. Воронова, І.Б. Гуркова, Я.А. Жаліло, А.О. Задой, О.Б. Чернеги, А.В. Шегди, О.О. Шубіна та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Оскільки проблема складності визначення конкурентоспроможності та її оцінки в контексті підприємства досліджується всебічно багатьма авторами, то виникає потреба в систематизації всіх методів оцінки з метою подальшого вибору для практичної діяльності підприємства та доповнення елементами, що характеризують певну сферу, в якій функціонує суб'єкт господарювання, та тих особливостей, які йому притаманні.

Мета статті. Головною метою роботи є спроба систематизувати методи та підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Для визначення конкурентоспроможності використовують різноманітні методики, на основі яких формують рекомендації ефективного та конкурентоспроможного розвитку як окремих галузей, так і цілих підприємств.

Аналіз існуючих у сучасній літературі теоретичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх класифікації на три основні групи за формою вираження результату оцінки: матричні, індексні та графічні. За статусом методи оцінки конкурентоспроможності підприємства є науковими, вони мають ре-

комендаційний характер і не є обов'язковими для їх застосування. Державних методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств в Україні донині не існує, і це, як справедливо зазначають окремі фахівці, є однією з причин низького рівня управління конкурентоспроможністю.

Конкурентоспроможність підприємства не може бути виміряна єдиним статистичним показником. Це підтверджується тим, що це поняття носить ознаки прихованої властивості виробничої системи, якою є суб'єкт господарювання, та проявляється на поверхні у вигляді різних факторів-симптомів. Отже, конкурентоспроможність підприємства є латентним показником [1, с. 38].

Фактори-симптоми – явища та процеси виробничо-господарської діяльності підприємства і соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну рівня конкурентоспроможності організації. У зв'язку з цим управління конкурентоспроможністю організації це забезпечення оптимального співвідношення складових елементів (факторів) конкурентоспроможності в процесі здійснення виробничо-господарської діяльності [1, с. 38; 8, 9].

Для проведення розрахунків різних методів використовують індикатори, де важливе місце посідають такі показники та характеристики:

- конкурентоспроможність продукції;
- якість, надійність продукції;
- відмітні властивості товарів;
- імідж підприємства;
- відносна частка ринку;
- рівень витрат;
- продажі;
- рентабельність реалізації;
- темп зростання виручки від реалізації;
- фінансові коефіцієнти;
- ефективність використання ресурсного потенціалу (фондовіддача, продуктивність праці, енергоємність, ефективність технології, ефективність інформаційних ресурсів, ефективність заходів для підвищення творчої активності персоналу й ін.);
- темпи зростання вартості підприємства;
- ефективність реклами і способів стимулювання збуту;
- компетенція та досвід персоналу
- рівень плинності кадрового складу;
- показники екологічності виробництва;
- ефективність обслуговування і т. ін.

Матричний метод. Даний підхід базується на маркетинговій оцінці діяльності підприємства і його продукції. В основі методики – аналіз конкурентоспроможності з урахуванням життєвого циклу продукції підприємства. Сутність оцінки

полягає в аналізі матриці, побудованої за принципом системи координат: по горизонталі – темпи зростання або скорочення кількості продажів в лінійному масштабі; по вертикалі – відносна частка продукції підприємства на ринку. Найбільш конкурентоспроможними вважаються ті підприємства, які займають значну частку на швидко зростаючому ринку [1, 2].

Перевагами методу є те, що при наявності інформації про обсяги реалізації та відносних частках ринку конкурентів існує можливість забезпечити високу репрезентативність оцінки [1, с. 43].

Недоліками методу є неможливість проведення аналізу причин того, що відбувається і ускладнює вироблення управлінських рішень, а також вимагає наявності достовірної маркетингової інформації, що тягне необхідність відповідних досліджень [1, с. 43].

Індексний підхід передбачає багато етапів формування залежно від обраного методу та базується на формуванні ряду показників. Загальні (зведені) індекси позначають буквою І та характеризують динаміку складного явища, елементи якого не піддаються безпосередньому підсумуванню в часі, просторі чи порівняно з планом (наприклад, видобток вугілля кількома шахтами, зміна цін на картоплю сільгоспдприємствами району). Так, I_q – загальний індекс фізичного обсягу продукції, I_p – загальний індекс цін тощо. У статистичному аналізі використовуються також групові, або субіндекси, які охоплюють частини цілого (наприклад, індекси продукції за окремими галузями) [3].

Графічні методи базуються на оцінці конкурентоспроможності підприємства за допомогою побудови певних матриць та поділ їх на квадранти, що відповідають певному рівню конкурентоспроможності та визначення конкурентного статусу підприємства. Функціональна обмеженість є загальним недоліком даного методу, що не дає можливості забезпечити інтегральний ефект [1, с. 47].

Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства. Ця група методів базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції. Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові та кваліметричні методи, в основі більшості яких лежить знаходження співвідношення ціна-якість [1, с. 43].

При розрахунку показника конкурентоспроможності по кожному виду продукції використовуються економічні і параметричні індекси конкурентоспроможності. У свою чергу, зазначені індекси визначаються шляхом підсумовування приватних індексів по кожному оцінюваному параметру з урахуванням вагових коефіцієнтів.

Кожен з частинних індексів по відповідному параметру приймається як відношення фактичного значення оцінюваного параметра до значення відповідного показника конкуруючої продукції (чи іншої продукції, обраної за базу порівняння). При цьому параметричний індекс визначається на основі оцінки технічних (якісних) параметрів продукції, економічний – вартісних. Перелік вартісних і технічних параметрів, а також вага кожного з параметрів встановлюється експертним шляхом. Зокрема, в ряді методів в якості одного з вартісних параметрів розглядається величина витрат з післяпродажного обслуговування продукції.

Параметричний і економічний індекси конкурентоспроможності дозволяють розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності

розглядатися продукції по відношенню до конкуруючої продукції.

Показники конкурентоспроможності обчислюються за кожним видом продукції підприємства. Далі визначається коефіцієнт конкурентоспроможності самого підприємства: перебуває середньозважене значення серед показників по кожному виду продукції, де в якості ваг виступає обсяг реалізації відповідного виду продукції [1, с. 43; 4, с. 98].

До безперечних переваг даного підходу можна віднести те, що він враховує одну з найбільш важливих складових конкурентоспроможності підприємства – конкурентоспроможність його продукції. До недоліків – те, що він дозволяє отримати досить обмежене уявлення про переваги і недоліки в роботі підприємства, оскільки конкурентоспроможність підприємства приймає вид конкурентоспроможності продукції і не зачіпає інші аспекти його діяльності. Крім того, визначені нарікання викликає зведення конкурентоспроможності продукції до оцінки співвідношення ціна-якість, не враховує ступінь інновативності продукції, що має істотне значення при позиціонуванні продукції на ринку.

Методи, засновані на теорії ефективної конкуренції. Відповідно до цієї теорії, найбільш конкурентоспроможними є ті підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів і служб. На ефективність діяльності кожної зі служб впливає безліч чинників – ресурсів підприємства. Оцінка ефективності роботи кожного з підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів. В основі підходу лежить оцінка групових показників або критеріїв конкурентоспроможності [3, с. 50].

Сутність підходу полягає в бальній оцінці здібностей підприємства по забезпеченню конкурентоспроможності. Кожна з сформульованих в ході попереднього аналізу здібностей підприємства з досягнення конкурентних переваг оцінюється експертами з точки зору наявних ресурсів. При цьому склад і структура оцінюваних здібностей значно варіюють у різних методиках: від показників собівартості і фінансової стійкості до здатності підприємства адаптуватися до нововведень.

Надалі, залежно від методу, з метою оцінки конкурентоспроможності підприємства отримані експертні оцінки піддаються різній математичній обробці. Найчастіше показник конкурентоспроможності підприємства знаходиться шляхом обчислення середньозваженого значення з отриманих експертних оцінок з урахуванням питомої ваги, яка відводиться кожній з оцінених здібностей в досягненні конкурентних переваг підприємства.

До переваг даного підходу слід віднести облік різносторонніх аспектів діяльності підприємства. У той же час лежить в основі підходу посилення про те, що показник конкурентоспроможності підприємства може бути визначений шляхом елементарного підсумовування здібностей підприємства до досягнення конкурентних переваг, є недоведеним, оскільки сума окремих елементів складної системи (якою є будь-яке підприємство), як правило, не дає того ж результату, що і вся система в цілому [1; 3].

Комплексні методи. Методи, віднесені до даного підходу, визначені як комплексні в силу того, що оцінка конкурентоспроможності підприємства в рамках кожного з методів ведеться на підставі виділення не тільки поточної, а й потенційної конку-

рентоспроможності підприємства. В основі підходу лежить твердження, відповідно до якого конкурентоспроможність підприємства є інтегральна величина по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу [3; 6; 7].

Поточна і потенційна конкурентоспроможність і їх співвідношення в рамках інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства в залежності від методу можуть змінюватись. Так, у ряді випадків поточна (реальна) конкурентоспроможність визначається на підставі оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства, потенційна – за аналогією з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції.

Методи оцінки конкурентоспроможності з урахування потенціалу підприємства наведено в таблиці 1.

Висновки і пропозиції. Апробовані у світовій практиці підходи й методи оцінки конкурентоспроможності підприємства не відображають

вплив на них або застосування наукових підходів до управління, насамперед, системного, комплексного, відтворювального, нормативного й ін. Так, кожний підхід до оцінки конкурентоспроможності розроблений не для всіх однорідних підприємств, а для одного-двох. Один підхід до оцінки враховує резерви у використанні факторів виробництва. Другий – стан фінансової діяльності підприємства. Третій – ефективність використання потенціалу. Четвертий – ефективність виробничо-збутової діяльності. П'ятий – зусилля в сфері підвищення якості та ін. [3].

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства не може бути виміряна якимось одним показником, і це не є статистичний показник, оскільки існують багато факторів, які можуть впливати в певний період часу на стан суб'єкта. Дія факторів може спричиняти підвищення показника конкурентоспроможності, так і навпаки – впливати на його зниження.

Таблиця 1

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства*

Назва методу	Сутність	Переваги	Недоліки
1. Метод визначення конкурентоспроможності підприємства на основі теорії конкурентних переваг	Метод засновується на виділенні двох видів конкурентних переваг: внутрішньої та зовнішньої, що мають різне походження часто виявляються несумісними [5].	Такий метод дозволяє чітко встановити, які саме фактори (внутрішні або зовнішні) впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства, що надає можливість швидко реагувати на зміни.	Складність встановлення характеру переваги підприємства порівняно з конкурентами та її оцінка.
2. Метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на підставі рівня фінансової стійкості підприємства.	Побудова методики здійснюється на підставі теорії матриці та векторної алгебри. У даній методиці постановка завдання оцінки конкурентоспроможності формулюється таким чином: визначити розрахункові значення показників конкурентоздатності з метою виявлення безліч найбільш близьких підприємств стосовно деякого еталонного.	Даний метод охоплює фінансову діяльність підприємств, яка має велике значення в умовах ринкової економіки.	Метод не відображає інші не менш важливі види діяльності (виробничу, маркетингову тощо), що можуть компенсувати або суттєво змінювати і впливати на фінансовий стан підприємства.
3. Метод, що заснований на комплексній оцінці фінансово-господарської діяльності підприємства.	Зазначений метод дозволяє охарактеризувати конкурентоспроможність підприємства, з точки зору оцінки вартості підприємства (бізнесу). Головною задачею і результатом функціонування системи забезпечення конкурентоспроможності повинно бути збільшення вартості підприємства.	Застосування даного методу дозволить реагувати на будь-які зміни ситуації: зниження рентабельності виробництва, погіршення платоспроможності, збільшення інвестиційного ризику, статус конкурентної переваги – все це викликає зменшення ринкової вартості підприємства.	Головним недоліком в застосуванні методу є
4. Метод визначення конкурентоспроможності підприємства – бенчмаркінг.	Сутність даного методу базується на використанні принципу бенчмаркінгу, який полягає в діяльності за допомогою якої підприємство вивчає «кращу» продукцію та маркетинговий процес, що використовується прямими конкурентами, які працюють на ринку, для виявлення можливих способів вдосконалення їх власних методів.	Використання в випадках, коли необхідно переглянути внутрішню ефективність діяльності підприємства та визначити нові пріоритети діяльності. Виробничі та маркетингові функції стають максимально керуваними. Коли впроваджуються кращі методи та технології.	В зв'язку з тим, що бенчмаркінг пов'язаний з клієнтами, технологією та культурою підприємства то найважливішими складовими діяльності підприємства є планування з орієнтацією на створення цінностей, а також компетентність в області роботи з клієнтами, технології, культури підприємницької діяльності.
5. Метод рангів	Даний метод визначає загальні положення, сильні та слабкі сторони підприємства, що оцінюється, в боротьбі з конкурентами. Застосування цього методу ґрунтується на визначенні місця підприємств-конкурентів за кожним об'єктом оцінки шляхом ранжування досягнутих значень показників.	Передбачає порівняння об'єкта оцінки з групою підприємств-конкурентів. Дозволяє визначити місце підприємства в конкурентній боротьбі, випереджальні чинники успіху, а також такі, результати за якими гірші, ніж у конкурентів. Даний метод є досить простим і не вимагає застосування спеціального математичного апарату. Індикаторами конкурентоспроможності тут можуть бути як кількісні, так і якісні показники	Не дозволяє кількісно оцінити ступінь відставання підприємства від його основного конкурента. Можливі неабсолютно ефективні результати оцінки. Необхідна інформація о великій кількості конкурентів. Непряме визначення переваг і недоліків

6. Метод різниць	Сутність методу полягає у визначенні переваг та недоліків підприємства за окремими показниками, що порівнюються (об'єктами оцінки). При застосуванні даного методу підприємство оцінюється, порівнюється тільки з одним підприємством-конкурентом. За кожним з показників, що порівнюються, визначається не тільки позиція оцінюваного підприємства, а й кількісний розрив у досягнутих значеннях.	Пряме визначення переваг і недоліків підприємств-конкурентів за окремими індикаторами. Визначається не тільки позиція оцінюваного підприємства, а й кількісний розрив у досягнутих значеннях. Даний метод є досить простим і не вимагає застосування спеціального математичного апарату. Необхідна інформація тільки від одного головного підприємства-конкурента	Порівняння підприємства, що оцінюється, тільки з одним підприємством-конкурентом. Не дозволяє визначити місце підприємства у конкурентній боротьбі
7. Метод балів	Застосування методу дозволяє визначити узагальнюючу кількісну оцінку становища підприємств в конкурентній боротьбі при наявності кількох конкурентів.	Передбачає порівняння об'єкта оцінки з групою підприємств-конкурентів. Розраховується загальний показник конкурентоспроможності. Більш об'єктивні результати оцінки. Дозволяє кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства	Потребує спеціального математичного апарату. Потребує великої кількості інформації о підприємствах конкурентах. Непряме визначення переваг і недоліків

* складено авторами на підставі монографічних даних [3, с. 47-64].

Список літератури:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: пер. с англ. / И. Ансофф, Э.Дж. Макдоннелл. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
3. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О.І. Драган. – К. : ДАКККіМ, 2006. – 160 с.
4. Азов Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. – 287 с.
5. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / Портер М. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
6. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : монографія / Л.Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.
7. Базилюк Я.Б. Конкурентоспроможність національної економіки України [Текст] / Я.Б. Базилюк. – К. : НІС, 2002. – 132 с.
8. Савчук С.И. Измерение интенсивности конкуренции на уровне предприятий / С.И. Савчук // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 2(44). – С. 39-45.
9. Савчук С.И. Основы теории конкурентоспособности / С.И. Савчук. – Маріуполь, 2007. – 520 с.

Калмыкова Н. М.

Позднякова О. Р.

Донецкий национальный технический университет

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье исследованы теоретические вопросы определения и систематизации методов оценки конкурентоспособности предприятий. Применение такого метода анализа, как систематизация, позволило выделить преимущества и недостатки методов оценки конкурентоспособности предприятий. Согласовано, что методы оценки конкурентоспособности предприятия составляются для каждого предприятия отдельно либо для предприятий одной отрасли и не в полной мере отображают применение научных подходов в управлении.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятий, конкурентные преимущества, факторы влияния, потенциал предприятия.

Kalmykova N. M.

Pozdnyakova O. R.

Donetsk National Technical University

METHODS OF ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Summary

The theoretical questions of determination and systematization of methods of estimation of competitiveness of enterprises are investigational in the article. Application of such method of analysis, as systematization, allowed to select advantages and lacks of methods of estimation of competitiveness of enterprises. It is exposed, that the methods of estimation of competitiveness of enterprise are made for every enterprise separately or for the enterprises of one industry and not to a full degree represent application of scientific approaches in a management.

Key words: competitiveness of enterprises, competitive edges, factors of influence, potential of enterprise.

УДК 65.012.32

Калоша Н. М.
Федорова Ю. В.

Українська інженерно-педагогічна академія

ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано основні підходи до визначення поняття «інвестиційна привабливість», розглянуто метод її оцінки на основі аналізу фінансових показників, запропоновані методи підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, інвестор.

Постановка проблеми. На жаль, нинішнє положення українських підприємств складається не найкращим чином, оскільки взагалі економічна та політична ситуація країни зараз не стабільна. У процесі формування ринкового середовища необхідною умовою розвитку підприємства є здійснення ним ефективної інвестиційної діяльності. Це передбачає можливість маневрувати фінансовими ресурсами і шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервність процесу виробництва та реалізації продукції на основі його постійного розширення і відновлення. Проте ряд факторів макроекономічного порядку в Україні не сприяють поживленню інвестиційної діяльності, що поглиблює кризові явища в економіці.

Інвестиції відіграють вирішальну роль у відтворювальних процесах на підприємстві та забезпечують підвищення технічного та організаційного рівня виробництва [5, с. 109]. Тому дуже важливим для підприємства, як для об'єкта інвестування, є створення умов, за яких інвестор вклав би свої кошти саме в це підприємство. Основою для рішення інвестора про інвестування коштів буде інвестиційна привабливість цього підприємства, тому аналітичним працівникам просто необхідно вміти правильно та професійно оцінити інвестиційну привабливість підприємства та виправити знайдені помилки, що звичайно буде мати позитивний ефект при прийнятті рішення інвестором. Саме тому необхідною умовою роботи функціонування підприємства є оцінка та аналіз інвестиційної привабливості, а також пошук і використання факторів і резервів її підвищення, адже інвестиційна діяльність є основою подальшого розвитку підприємства будь-якої галузевої приналежності та форми власності.

Аналіз публікацій та досліджень. На сучасному етапі проблемі визначення та оцінки інвестиційної привабливості підприємства присвячено дуже багато публікацій як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Серед них можна виділити праці таких авторів, як Е. Альтман, І. Бланк, Дж. Аргенті, А. Чупіс, Н. Макарий, С. Буткевич, Н. Брюховецька, Ф. Бандурін, О. Зайцева, М. Зміївська, В. Бондар, С. Євтушенко та ін.

Проте потрібно не забувати, що головним питанням залишається оцінка інвестиційної привабливості, оскільки саме ця характеристика надає повне явлення щодо стану підприємства майбутньому інвестору. Питання оцінки та аналізу інвестиційної привабливості розглядалося в працях таких відомих вчених, як М. Стирський, М. Леснікова, І. Бланк, М. Ідрісова та ін. Кожен з дослідників має свою точку зору стосовно методів оцінки інвестиційної привабливості, в основному відмінності полягають у аналізі різного набору фінансових показників, а в цілому іноді повторюють, а іноді доповнюють одна одну.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Досі не існує єдиного визначення поняття інвестиційної привабливості, оскільки в собі воно містить дуже багато характеристик та можливостей. Саме тому необхідно надалі більш детально вивчати це поняття, а також виявляти ті фактори, які прямо впливають на рівень інвестиційної привабливості. Відмінності в точках зору доводять той фактор, що проблема її оцінки та аналізу досі не знайшла єдиної думки, саме тому потрібно досліджувати всі теоретичні та методичні положення з цієї проблеми.

Метою даної статті є дослідження сутності інвестиційної привабливості, аналіз методу її оцінки на основі аналізу фінансових показників, а також визначення основних способів її підвищення.

Виклад основного матеріалу. В економічній літературі до сьогодні не сформульований єдиний підхід до визначення сутності поняття «інвестиційна привабливість».

Бланк І.О. розглядає інвестиційну привабливість з позицій фінансового стану підприємства як «інтегральну характеристику окремих фірм – об'єктів можливого інвестування з позицій перспективності розвитку, обсягів та перспектив збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості» [1, с. 400].

На думку Н.П. Макарий, інвестиційна привабливість підприємства – це справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта [4, с. 52].

Інвестиційна привабливість, як підкреслює М.М. Крейніна, залежить від показників, які характеризують фінансовий стан. Але якщо звузити проблему, інвесторів цікавлять показники, що впливають на прибутковість капіталу підприємства, курс акцій, рівень виплачуваних дивідендів [3, с. 47].

С.В. Юхимчук та С.Д. Супрун відзначають, що ІПП – це фінансово-майновий стан підприємства, ефективність використання його ресурсів, а також якісні характеристики: професійні здібності керівництва, галузева та регіональна приналежність підприємства, стадія життєвого циклу, добросовісність підприємства як партнера [6, с. 82].

Таким чином, інвестиційна привабливість підприємства – це його інтегральна характеристика як об'єкта потенційного інвестування з точки зору його наявного стану, можливостей розвитку, обсягів і перспектив отримання і розподілу прибутку, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства, його ділової активності та рентабельності.

Для того щоб адекватно і ефективно управляти інвестиційною привабливістю підприємств, необхідно вміти максимально точно оцінювати вплив окремих чинників інвестиційної привабливості.

На рис. 1 показано найважливіші фактори, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства. Інвесторам і кредиторам необхідно оцінювати їх для прийняття рішення стосовно виділення коштів на реалізацію інвестиційного проекту [2, с. 32].

Перераховані фактори відносно підприємства можна умовно розділити на дві групи – зовнішні (мають визначальний вплив на роботу підприємства ззовні) і внутрішні (існують усередині підприємства).

Важливим фактором інвестиційної привабливості є ступінь гарантованості, надійності та своєчасності досягнення цілей інвестора, основними з яких виступають: отримання прибутку у довгостроковій перспективі; отримання контролю над підприємством (наприклад, постачальником ресурсів); отримання спекулятивного прибутку (за рахунок швидкої зміни курсу цінних паперів підприємства).

Заключним етапом аналізу інвестиційної привабливості є оцінка інвестиційної привабливості окремих суб'єктів господарювання. Така оцінка проводиться інвестором при визначенні доцільності здійснення інвестицій у розширення і технічне переозброєння діючих підприємств, при виборі для придбання альтернативних об'єктів, при покупці акцій окремих акціонерних товариств.

Найважливішою задачею аналізу інвестиційної привабливості підприємства є послідовний набір даних і вибір такої системи показників, що могли б бути найбільше ефективно використані для оцінки інвестиційної привабливості.

При оцінці інвестиційної привабливості необхідно враховувати галузеву приналежність суб'єкта господарювання. Це пов'язано із впливом галузевої специфіки на фінансовий і інвестиційний цикл підприємства, ресурсний потенціал і джерела фінансування. Порівняльну оцінку інвестиційної привабливості доцільно здійснювати по підприємствах, що ставляться до однієї галузі народного господарства.

У вітчизняній практиці застосовуються різноманітні методики аналізу й оцінки інвестиційної привабливості підприємства:

- методика, заснована на аналізі фінансових показників;
- об'єктний аналіз;
- методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості.

Розглянемо найбільш популярний з вищеведених методів – аналіз фінансових показників. Він передбачає дослідження фінансово-економічних процесів на підприємстві (табл. 1)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА



Рис. 1. Зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства

Для аналізу інвестиційної привабливості використовується така система фінансових показників.

1. Структура джерел формування активів підприємства.

Структура джерел коштів характеризується трьома показниками:

- коефіцієнт фінансової незалежності (коефіцієнт автономії, коефіцієнт власності), що розраховується як відношення власного капіталу до загальної суми капіталу (валюти балансу). Граничне значення показника має складати 0,6-0,7. Якщо значення менше, то рівень фінансової незалежності є низьким;

- коефіцієнт фінансової залежності, що характеризує частку боргу в загальному капіталі підприємства, і розраховується як відношення позикового капіталу до загального капіталу (валюти балансу).

- коефіцієнт фінансового ризику (плече фінансового важеля, коефіцієнт обов'язковості). У фінансовій науці за критичне значення даного показника прийнята одиниця. Якщо показник перевищує цю межу, то фінансова стійкість підприємства викликає сумнів.

2. Структура активів підприємства. Для характеристики структури активів використовують такі показники:

- наявність, динаміка і питома вага виробничих активів у загальній вартості майна;
- наявність, динаміка і питома вага основних засобів у загальній вартості майна;
- коефіцієнт зносу основних засобів; наявність, динаміка і питома вага капітальних вкладень і їхнє співвідношення з фінансовими вкладеннями;
- наявність, динаміка, і питома вага запасів у загальній вартості майна;
- стан, динаміка, структура і питома вага дебіторської заборгованості в загальній вартості майна;
- коефіцієнт мобільності коштів, тобто відношення вартості оборотних коштів до вартості всіх засобів підприємства;
- коефіцієнт мобільності оборотних коштів, тобто відношення вартості найбільше мобільної частини оборотних коштів до їхньої загальної вартості.

3. Оцінка платоспроможності і ліквідності підприємства.

В умовах ринкових відносин найважливішою умовою господарської діяльності вважається платоспроможність підприємства, під якою розуміють можливість підприємства наявними коштами своєчасно погасити свої термінові зобов'язання.

Таблиця 1

Цілі аналізу фінансово-економічних процесів на підприємстві

Фінансовий облік й аналіз фінансового стану	Аналіз інвестиційної привабливості
Оцінка фінансових результатів	Інтерпретація фінансової інформації для оцінки і прогнозу розвитку бізнесу
Оцінка вартості активів	Порівняльний аналіз для галузевої оцінки положення підприємства
Аналіз впливу системи оподаткування на фінансові результати	Аналіз і прогноз ціни акцій акціонерного товариства у взаємозв'язку з тенденціями на фондовому ринку

Ліквідність означає легкість, із якою актив можна перетворити в гроші, зберігаючи його повну цінність.

Ліквідність характеризується рядом показників, до числа яких належать:

- коефіцієнт абсолютної ліквідності (коефіцієнт платоспроможності).

$$\text{Кабс.л} = \frac{\text{Грошові засоби} + \text{Короткотермінові фінансові вкладення}}{\text{Короткотермінова кредиторська заборгованість}}, \quad (1)$$

Теоретично вважається, що коефіцієнт абсолютної ліквідності повинний бути вище 0,2-0,25.

- коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності).

$$\text{Кп} = \frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні зобов'язання}}, \quad (2)$$

Теоретичне значення цього показника складає 1,25-2,5.

- проміжний коефіцієнт покриття (коефіцієнт критичної ліквідності).

$$\text{Кпп} = \frac{\text{Поточні активи} - \text{Запаси} - \text{Затрати}}{\text{Поточні зобов'язання}}, \quad (3)$$

Теоретичне значення проміжного коефіцієнта покриття признається достатнім на рівні 0,7-0,8.

4. Оцінка фінансової стійкості. Для характеристики фінансової стійкості організації використовуються такі показники.

- коефіцієнт маневреності власного капіталу. Оптимальне значення показника складає 0,3-0,5.

- коефіцієнт окупності відсотків за кредит. Вважається, що значення коефіцієнта окупності відсотків за кредит повинно складати 1,5.

- коефіцієнт співвідношення витрат по видачі відсотків і позикових коштів характеризує частку відсотків у позикових коштах і показує як обходиться їхнє залучення. По своїй суті цей показник – ціна боргу. Тому підприємство повинно прагнути до зниження його значення.

5. Оцінка прибутковості (рентабельності). Рівень інвестиційної привабливості підприємства у певній мірі залежить від прибутковості діяльності і якості отриманого прибутку.

Прибутковість діяльності підприємства характеризується за допомогою різноманітних показників рентабельності. Розрізняють дві групи показників:

- рентабельність вкладень у майно (засоби) підприємства;

- окремі види рентабельності, у тому числі рентабельність продукції.

По першій групі розраховуються показники рентабельності всього майна, власних засобів, виробничих фондів, фінансових вкладень. Вони визначаються як відношення прибутку до капіталу, рентабельність якого визначається.

6. Оборотність капіталу. Основними показниками оборотності капіталу є:

- коефіцієнт оборотності загального капіталу, що обчислюється як відношення виторгу від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньої вартості капіталу;

- коефіцієнт оборотності поточних активів (оборотного капіталу), тобто відношення виторгу від реалізації продукції (робіт, послуг) до середньої вартості капіталу.

- оборотність дебіторської заборгованості (у днях), що вказує на період очікування підприємством одержання коштів після реалізації продукції.

На жаль, аналіз фінансового стану підприємства при всій його важливості і значимості не дозволяє одержати повну всебічну оцінку інвести-

ційної привабливості підприємства. У зв'язку з цим результати аналізу й оцінки фінансового стану підприємства повинні бути доповнені оцінкою його виробничого потенціалу і ринкових можливостей, що можна здійснити за допомогою розрахунку показників, що вказують на виробничі можливості підприємства.

У сучасних умовах господарювання, які характеризуються складними економічними умовами, інвестиційна привабливість підприємств знаходиться на низькому рівні, тому важливим аспектом є пошук і використання факторів і резервів її підвищення.

Одним з найбільш складних заходів з підвищення інвестиційної привабливості підприємства є проведення реформування (реструктуризації). Повна програма реформування включає сукупність заходів щодо комплексного приведення діяльності компанії у відповідність з мінливими умовами ринку і виробленою стратегією її розвитку. Реструктуризація може проводитися за кількома напрямками:

1. Реформування акціонерного капіталу (заходи з оптимізації структури капіталу – дроблення, консолідація акцій, всі описані в Законі «Про акціонерні товариства» форми реорганізації акціонерного товариства. Результатом подібних дій є підвищення керованості компанії або групи компаній).

2. Зміна організаційної структури і методів управління (на вдосконалення процесів управління, що забезпечують основні функції ефективно діючого підприємства, і організаційних структур підприємства, які повинні відповідати новим процесам управління).

3. Реформування активів (реструктуризація майнового комплексу, реструктуризація довгострокових фінансових вкладень і реструктуризація оборотних активів. Даний напрямок реструктуризації підприємства передбачає будь-яку зміну структури його активів у зв'язку з продажем зайвих, непрофільних і придбанням необхідних активів, оптимізацію складу фінансових вкладень, запасів, дебіторської заборгованості).

4. Реформування виробництва (вдосконалення виробничих систем підприємств. Метою в цьому випадку може бути підвищення ефективності виробництва товарів, послуг; підвищення їх конкурентоспроможності, розширення асортименту або перепрофілювання).

Висновки і пропозиції. Таким чином, існує кілька трактувань поняття «інвестиційна привабливість», але, узагальнивши їх, можна сформулювати таке визначення – це збалансована система інтегральних та комплексних показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, яка відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування.

Існує декілька методів оцінки інвестиційної привабливості підприємства, які розрізняються не тільки за видом проведеного аналізу (фінансових показників, об'єктний, інтегрований), а й за джерелами первинної інформації, ступенем врахування факторів та ін.

Для підприємства шляхами підвищення їх привабливості для іноземних інвесторів є удосконалення організаційної структури, залучення висококваліфікованих робітників, модернізація або заміна застарілого обладнання. Ці заходи потребують значних фінансових коштів, але ці витрати при залученні коштів іноземних інвесторів будуть цілком вкриті та забезпечать стабільний розвиток підприємства, галузі та економіки в цілому.

Список літератури:

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. –К. : МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Лимитед», 1995. – 448 с.
2. Иванов А.П. Принципы и факторы определения инвестиционного рейтинга предприятий / А.П. Иванов, И.В. Сахарова, Е.Ю. Хрусталева // Консультант директора. – 2009. – № 12. – С. 31-37.
3. Крейнина М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле / М.Н. Крейнина. – М. : Дело и Сервис, 1994. – 256 с.
4. Макарий Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств // Економіст. – 2001. – № 10. – С. 52-60.
5. Процик Т.В. Оцінка інноваційно-інвестиційної привабливості як важлива компонента формування якісно нової стратегії соціально-економічного розвитку регіону // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Регіон-2003: стратегія оптимального розвитку» (22-25 квітня 2003 року, м. Харків). – Х., 2003. – 401 с.
6. Супрун С.Д. Оцінка ефективності інвестиційних проектів підприємств.

Калоша Н. М.

Федорова Ю. В.

Украинская инженерно-педагогическая академия

ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

В статье проанализированы основные подходы к определению понятия «инвестиционная привлекательность», рассмотрен метод ее оценки на основе анализа финансовых показателей, предложены методы повышения инвестиционной привлекательности предприятия.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестор.

Kalosha N. M.

Fedorova Y. V.

Ukrainian Engineering Pedagogics Academy

INCREASE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE ENTERPRISE

Summary

In the article the basic going is analysed near determination of investment attractiveness, considered the method of its assessment on the basis of analysis of financial indicators, proposed methods for enhancing the investment attractiveness of the enterprise.

Key words: investments, investment attractiveness, the investor.

УДК 33.330.3

Кам'янська О. В.
Котлярова І. А.
Мігун П. А.

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено теоретико-методологічні засади формування інноваційної політики підприємства. Розглянуто компоненти та охарактеризовано взаємозв'язки інноваційної політики з іншими елементами загальної стратегії управління підприємством. Відображено значущість інноваційної активності на підприємстві, залежність інноваційної політики, інноваційної стратегії та потенціалу підприємства.

Ключові слова: інноваційна політика, підприємство, стратегічні цілі, принципи, інноваційна активність підприємства.

Постановка проблеми. Одним із найважливіших завдань розвитку економіки України є всебічно обґрунтована та практично забезпечена політика інноваційного розвитку підприємств. Необхідність розроблення інноваційної політики обумовлена потребою в стратегічному управлінні інноваційною діяльністю. За умов стрімкого НТП своєчасне та оперативне впровадження новачій забезпечує гнучкість, маневреність підприємства, його здатність пристосуватися до мінливого оточення (технічного, організаційного, господарського, політичного, культурного та ін.). Тому інноваційна політика підприємства має передбачати послідовну цілеспрямовану комплексну інноваційну діяльність щодо зміни будь-якого із елементів бізнесу.

Інноваційна політика є частиною загальної політики підприємства, яка регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої та економічної діяльності в процесі реалізації нововведень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти формування інноваційної політики підприємства відображалися у дослідженнях багатьох зарубіжних вчених: Б. Санти, В. Аньшиної, В. Гринева, П. Друкера, А. Казанцева, Є. Менсфілда, Л. Мінделі, Д. Сахала, Р. Фатхутдінова, Й. Шумпетера та ін. Вагомий внесок у дослідження загальнотеоретичних питань щодо інноваційної політики зробили вітчизняні вчені: О. Бутнік-Сіверський, А. Гальчинський, С. Ілляшенко, М. Йохна, Н. Краснокутська, О. Савчук, В. Стадник, Л. Федулова, О. Хринюк, Н. Чухрай та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної потреби. Деякі аспекти інноваційної політики вимагають уточнення, подальшого розвитку.

Мета статті. Висвітлення питань значення та потенціалу інноваційної політики та інновацій вза-

галі як для економіки країни, так і для окремих підприємств-суб'єктів господарської діяльності.

Виклад основного матеріалу. З позиції системного підходу створення та впровадження інновації представляє собою відкриту систему на вході якої знаходиться ідея, а на виході продукт. Цільовим спрямуванням інновації в сучасних ринкових умовах є здобуття конкурентних переваг. З цієї позиції головною метою інновації як продукту має бути найповніше задоволення потреб споживачів. Виконання даної умови дозволить забезпечити високий попит на інноваційний продукт, підвищити рівень прибутку підприємства-інноватора та посилити його конкурентні позиції на ринку [3, с. 32].

Таким чином, для забезпечення економічної стійкості підприємства на основі його інноваційної активності необхідним є синтез адаптивних методів державного регулювання та оптимального розподілення ресурсів між поточним функціонуванням та розвитком підприємства.

Це дозволить уникнути критичної ситуації у вигляді втрати стійкості внаслідок ресурсного дисбалансу між забезпеченням поточної діяльності й інноваційним розвитком і невідповідності висунутих вимог до підприємства і його можливостей [6, с. 124].

Інноваційна політика свідчить про ставлення керівництва до інноваційної діяльності підприємства, визначає її цілі, напрями, функції та організаційні форми.

Вона втілена у відповідних планах і програмах: стратегічних, тактичних та поточних (табл. 1).

Інноваційна політика підприємства має визначати напрями його змін відповідно до вимог зовнішнього середовища, окреслювати коло можливих інноваційних рішень, формувати інноваційні завдання залежно від типу обраної стратегії, ство-

Таблиця 1

Втілення інноваційної політики у планах і програмах підприємства

	Зміст плану	Рівень ухвалення завдань	Виконавці
Місія підприємства	Ставиться глобальна мета підприємства, визначаються основні товари, ринки, послуги, технологи, культура підприємства. Формується загальне ставлення до інновацій	Збори акціонерів (рада директорів)	Вище керівництво підприємства
Стратегічний план	Визначає цілі, яких необхідно досягти у плановому періоді (8-10 років) щодо освоєння нових видів продукції, завоювання нових ринків чи збільшення частки на старих; напрями науково-технічних досліджень і розробок, спрямованих на залучення масштабних інновацій, пов'язаних зі зміною технологи, організаційними змінами тощо. Описує механізми розподілу повноважень і регламентує взаємовідносини структурних підрозділів при здійсненні інноваційної діяльності. Вказує механізм мотивації працівників	Вище керівництво підприємства, рада директорів	Керівники планово-економічної служби підприємства, відділу маркетингу, збуту, головний конструктор (головний інженер), служби розвитку

Середньо-строговий (тактичний) план розвитку	Визначає розвиток підприємства на 1-5 років. Відбираються проекти, реалізацію яких задумано здійснити у вказаний термін, конкретизуються завдання відповідних служб, задіяних у реалізації проектів. Більша увага приділяється продуктовим та невеликим організаційним інноваціям	Менеджери середньої і вищої ланки	Планово-економічна служба, відділи маркетингу, збуту, конструкторський
Короткостроковий (поточний)	Розробляється на період до одного року. Включає середні і незначні інновації, які часто стосуються лише окремих людей	Менеджери середньої і низової ланки, окремі працівники	Планово-економічна служба, відділи маркетингу, збуту, конструкторський
Програма	Розробляється для здійснення цільових перетворень у внутрішньому середовищі підприємства. Включає конкретні дії і терміни виконання	Від вищого керівництва до окремих працівників у залежності від масштабу інновацій	Планово-економічна Служба спільно з іншими функціональними службами, задіяними у програмі

ривати умови для оперативної реалізації інновацій [3, с. 65].

Формування інноваційної політики здійснюється на основі визначених принципів, що повинні відбивати загальний системний підхід до керування інноваційною політикою в організації.

Принципи формування інноваційної політики – норми, правила поведінки організації, що встановлюють взаємозв'язок між розвитком підприємства і напрямками його інноваційної діяльності [1, с. 96].

Реалізація інноваційних рішень можлива за умови виваженої інноваційної політики, яка формує умови залучення до інноваційної діяльності певних функціональних служб підприємства. Так, своєчасне розпізнавання нових вимог забезпечується кваліфікованими маркетинговими дослідженнями, за результатами яких визначають напрями інноваційних змін і окреслюють завдання у сфері науково-технічних та конструкторсько-технологічних робіт. Належне виконання їх можливе за умов наявності висококваліфікованого персоналу відповідної спеціалізації та продуманої системи мотивації. Виконувати роботи слід фінансувати у розмірах, достатніх для їх проведення на сучасному рівні, що потребує значних інвестицій як на стадії розроблення новації, так і на стадії її впровадження.

Зважаючи на це, складовими інноваційної політики можна виділити:

- маркетингову політику;
- політику в галузі науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР);
- політику структурних змін;
- технічну політику;
- інвестиційну політику.

Потреба у взаємодії функціональних служб підприємства, відповідальних за реалізацію складових інноваційне політики, змінюється залежно від стадії життєвого циклу інновації.

На стадії зародження інновації, як правило, ініціюють взаємодію служб, що відповідають за НДДКР та маркетингову політику.

Стадія освоєння інновації характеризується взаємодією відділу НДДКР з маркетинговою службою з метою продажу пробних партій нового товару, формування маркетингової політики та внесення в неї коректив відповідно до зворотних сигналів ринку.

На стадії дифузії відділ маркетингу ініціює розширення асортименту продукції, що виконуватиметься відділами, які відповідають за НДДКР і технічну політику.

Стадія старіння передбачає прийняття рішень щодо зняття з виробництва застарілої продукції або продовження її життєвого циклу шляхом модифікації [4, с. 124].

Отже, інноваційна політика – це симбіоз цілей розвитку і маркетингової діяльності, досліджень і досягнень у науковій та виробничій сферах, управлінських рішень щодо їх впровадження з урахуванням ресурсних обмежень і можливостей підприємства. Завдяки їх оптимальній взаємодії створюються умови для обґрунтованого прийняття та оперативної реалізації ефективних інноваційних рішень на тих сегментах ринку, де працює підприємство. Усі складові інноваційної політики підпорядковуються стратегічним цілям і завданням підприємства. Вона формує його інноваційний потенціал, закладаючи основи для вибору інноваційної стратегії.

Стратегічне управління інноваціями є складовою інноваційного менеджменту, що вирішує широкий спектр питань планування і реалізації інноваційних проектів і програм, які розраховані на якісні зміни в діяльності організації на ринку, виробничій або соціальній сфері підприємства (організації).

Слід зазначити, що будь-які стратегічні кроки організації мають інноваційний характер, оскільки так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, виробничій, збутовій чи управлінській сферах.

Як елемент системи інноваційного менеджменту стратегічне планування являє собою відносно самостійну підсистему, яка охоплює сукупність спеціальних інструментів, правил, структурних органів, інформаційних потоків і процесів, спрямованих на підготовку і виконання планів [6].

Планування як процес передбачає розробку комплексу заходів, які визначають послідовність кроків у досягненні конкретних цілей з урахуванням можливостей найефективнішого використання ресурсів як кожним виробничим підрозділом, так і всією організацією загалом. Тому процес планування потребує забезпечення взаємодії між окремими структурними підрозділами підприємства, включаючи увесь технологічний ланцюжок: наукові дослідження і розробки, виробництво і збут.

Висновки і пропозиції. До інноваційної активності підприємства залежить його здатність задовольняти потреби споживачів, положення на ринку, конкурентоспроможність і в кінцевому підсумку фінансову стійкість, спроможність до виживання. Інновації на підприємстві є важливим елементом, що входить до стратегічних цілей та завдань підприємства. Інноваційна політика є невід'ємною частиною загальної стратегії, складається з маркетингової, стратегії структурних змін, НДДКР, інвестиційної, технологічної. Інноваційна політика визначає цілі, напрями, функції та організаційні форми інноваційної діяльності підприємства, безпосередньо присут-

ня у планах і програмах підприємства на всіх відрізках планування. Було охарактеризовано взаємозв'язок інноваційної політики та функціональних служб, розкрито їх залежність, відпо-

відність до життєвого циклу кожної інновації, що має місце на підприємстві. Маємо прямий зв'язок між інноваційною політикою, стратегією та потенціалом підприємства.

Список літератури:

1. Дедушева Л.А. Анализ инновационного потенциала предприятия / Л.А. Дедушева, Н.И. Дедушев // Труды II Международной научно-практической конференции: Итоги и перспективы интегрированной системы образования в высшей школе России: образование – наука – инновационная деятельность. – Издательство МГИУ. – Москва. – 2011. – 26-28 октября 2011 г. – С. 554-559.
2. Чубай В.М. Аналіз інноваційного потенціалу машинобудівного підприємства у процесі формування і реалізації інноваційної стратегії: стаття [Електронний ресурс] / В.М. Чубай // 52 Актуальні проблеми економіки. – 2010 – № 8((110)). – с. 183-190. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ape/2010_8/APE-2010-08/183-190.pdf – Назва з екрану.
3. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент. Теорія і практика в умовах трансформації економіки : навчальний посібник [Електронний ресурс] / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов. – Київ : «Центр учбової літератури», 2012. – Режим доступу : http://b-ko.com/book_143_glava_21_4.3._Інноваційний_.html – Назва з екрану.
4. Інноваційна політика: Європейський досвід і рекомендації для України. Том 3: Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів / Матеріали підготовлені в рамках проекту ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні». – Представництво Європейського Союзу в Україні. – Київ, 2011. – 68 с.
5. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://imanbooks.com/book_463_page_31 – Назва з екрану.
6. Право: сайт [Електронний ресурс] / Экономика и управление. – Режим доступа : <http://pravo.kulichki.com/dop/plan/plan0125.htm> – Названіє с екрану.

Камянская О. В.
Котлярова И. А.
Мигун П. А.

Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт»

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Исследованы теоретические основы формирования инновационной политики предприятия. Рассмотрены компоненты и охарактеризованы взаимосвязи инновационной политики с другими элементами общей стратегии управления предприятием. Отражена значимость инновационной активности предприятия, зависимость инновационной политики, инновационной стратегии и потенциала предприятия.

Ключевые слова: инновационная политика, предприятие, принципы формирования, стратегические цели, принципы, инновационная активность предприятия.

Kamianska O. V.
Kotliarova I. A.
Migun P. A.

National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»

PRINCIPLES OF FORMATION GROUP INNOVATION POLICY

Summary

Theoretical and methodological basis of the formation of innovative enterprise policy. Considers components and describes the relationship of innovation policy with other elements of the overall strategy management. Reflected the importance of innovative activity at the plant, the dependence of innovation policy, innovation strategy and potential of the company.

Key words: innovation policy, business, strategic objectives, principles, innovative activity of the company.

УДК 336.63

Петренко В. С.

Херсонський державний університет

Карнаушенко А. С.

Херсонський державний аграрний університет

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СЕЛЕНГУ ТА ЛІЗИНГУ У АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У даній статті розкрито економічну суть селенгу та лізингу, здійснено аналіз сучасного стану застосування селенових та лізингових операцій сільськими господарствами та встановлено, що їхній стан незадовільний. Авторами наведено приклад застосування селенгу у аграрному підприємстві та перераховано переваги, які отримують підприємства від селенових операцій. У результаті дослідження виявлено велику кількість причин, які впливають на непопулярність селенових операцій. Вважаємо, що вирішення наведених проблеми відкриє нові перспективи залучення фінансових ресурсів для розвитку інноваційної діяльності підприємств.

Ключові слова: селенг, лізинг, джерела фінансування, об'єкт селенгу, суб'єкти селенгу, фінансування інноваційної діяльності, аграрні підприємства.

Постановка проблеми. Впровадження інновацій є найбільш ефективним засобом розвитку підприємств, та забезпечує сильні ринкові позиції, які ґрунтуються на суттєвих конкурентних перевагах. Підприємства, які бажають стати більш конкурентоздатними повинні приділяти належну увагу фінансуванню інноваційної діяльності. Одними із багатьох джерел фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств є селенг та лізинг. Дані види фінансування застосовуються насамперед тоді, коли потрібно швидко вирішити питання з отриманням дорогих верстатів, устаткування, унікальної контрольно-виміральної техніки, енергетичних установок, транспортних засобів та ін. при відсутності достатньої кількості грошових коштів. Селенг та лізинг являються широко відомими та застосовуваними у закордонній практиці, на жаль в Україні вони не набувають такої популярності. Саме впровадження даних фінансових механізмів дасть змогу вітчизняним аграрним підприємствам переконатися в тому, що не обов'язково володіти майном, достатньо лише користуватися ним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У зв'язку з пошуком нових джерел фінансування інноваційних проектів, чимало вчених приділили свої роботи темам розкриття суті лізингу та селенгу. Проблему розвитку лізингових послуг в сільському господарстві вивчали Денисенко П.А., Кузьмін В.В., Куліш Т.В., Руденко М.М., Андрійчук В.Г., Баєва О.І., Брюховецька Н.Ю., Внуков Н.М., Газман В.Д., Кашкін В.М., Лещенко М.І., Черненко В.І., Танклевська Н.С. та ін. Дослідженням селенгу та застосуванням його підприємствами вивчали Балабанов І.Т., Коваленко Н.В., Корсакова О.С., Уманець-Ходаківська В.П., Хавранек П.М., Пересада А.А. та ін. Їх зусиллями були створені теоретичні і методологічні основи для подальшого дослідження лізингу та селенгу, а також його можливостей в інноваційних можливостях аграрних підприємств.

Мета статті визначити суть та проаналізувати стан інноваційної діяльності, дослідити розвиток селенових та лізингових операцій у фінансуванні інноваційної діяльності аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Аграрний сектор економіки України на сьогодні знаходиться в досить тяжкому становищі, а головними причинами слугують дві головні його проблеми: недостатня фінансова підтримка та низький рівень інноваційного розвитку сільськогосподарських підпри-

ємств. Ефективне поєднання даних компонентів створює умови для стрімкого розвитку сільського господарства країни. Обстеження інноваційної діяльності України у 2008-2010 рр. свідчить, що знизилась частка інноваційних підприємств на 3% і становила 18% від загальної кількості підприємств. У 2008 р. 11,2% підприємств здійснювали маркетингові та організаційні інновації, але у 2010 р. їх частка зменшилась на 4,8%.

Для сільськогосподарських підприємств інноваційна діяльність є важливим індикатором розвитку. В Україні найбільше в лізингу знаходяться транспорт (59,90%) та сільськогосподарська техніка (16,61%). На сьогодні загальний річний обсяг лізингових угод у світі становить приблизно 512 млрд. дол. США. Лізинг посідає важливе місце в економіці багатьох країн і є ознакою їхнього прогресивного розвитку. В США лізинг є найбільшим джерелом зовнішнього фінансування, за допомогою якого придбаваються близько 50% техніки. У країнах Чехії, Естонії, Угорщині оновлення основних фондів підприємства на 30-40% відбувається за рахунок лізингу [1].

Фінансування інноваційної діяльності підприємств виступає основою науково-технічного прогресу й технологічної модернізації виробничих потужностей і зміцнення їх конкурентних позицій на вітчизняному та світовому ринку. Одними з альтернативних способів фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств є лізинг та селенг, які використовуються при нестачі власних коштів, а також при капітальних вкладеннях в проекти з невеликим періодом експлуатації або з високим ступенем змінності технології [2].

Лізинг є однією з найбільш перспективних форм залучення позикових коштів. Він розглядається як один з різновидів довгострокового кредиту, що надається в натуральній формі і погашається у розстрочку. Гострий дефіцит інвестиційних ресурсів, з одного боку, і значна кількість невикористовуваних виробничих об'єктів. Обладнання внаслідок економічного спаду, з іншого, створюють передумови для широкого використання інвестиційного лізингу в інвестиційній діяльності компаній і фірм.

Лізинг – це доволі складне і багатогранне економічне явище, яке поєднує в собі операції купівлі-продажу, оренди, кредитування та інвестування фінансової та підприємницької діяльності. Придбання в лізинг – це швидко і проста можливість підприємства оновити застарілу матеріально – тех-

нічну базу та як наслідок – можливість відновити або збільшити потенціал господарства та покращити якість сільськогосподарської продукції відповідно до вимог сьогодення. Лізинг примирює протиріччя між підприємством, у якого немає коштів на модернізацію та оновлення матеріально – технічної бази, і банку, який неохоче надає цьому підприємству кредит, так як не має достатніх гарантій повернення інвестованих коштів. Лізингова операція вигідна усім учасникам: одна сторона отримує грошові кошти, який виплачується поетапно, та потрібне устаткування, інша сторона – гарантію повернення кредиту, так як об'єкт лізингу є власністю лізингодавця чи банку, що фінансує лізингову операцію, до надходження останнього платежу. Лізинг може дати потужний поштовх процесам приватизації, конверсії, оновлення матеріально – технічної бази підприємств, оптимізувати використання наявного машинного-тракторного парку і на вигідних умовах отримати найсучасніше вітчизняне та зарубіжне устаткування [3].

З економічної точки зору операція лізингу багата в чому схожа з довгостроковим кредитуванням на закупівлю устаткування й інших видів основних виробничих фондів.

Лізингодержувач за користування об'єктом лізингу вносить періодичні лізингові платежі. Лізингові платежі відповідно до законодавства України відносяться на валові витрати виробництва та обігу лізингодержувача.

Лізингові платежі включають: суму, яка відшкодовує при кожному платежі частину вартості об'єкта лізингу, що амортизується за строк, за який вноситься лізинговий платіж; суму, що сплачується лізингодавцю як процент за залучений ним кредит для придбання майна за договором лізингу; платіж як винагороду лізингодавцю за отримане у лізинг майно; відшкодування страхових платежів за договором страхування об'єкта лізингу, якщо об'єкт застрахований лізингодавцем; інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу [3].

Екзотикою для України, але достатньо відомою у світі формою фінансування є селенг, який відрізняється від традиційних форм вкладення коштів. У зарубіжній практиці селенг перетворився на один з важливих інструментів фінансування інноваційної діяльності у різних сферах бізнесу. Так, у США об'єм селенгових операцій перевищує 10 млрд. дол., а у Західній Європі – 20 млрд. дол. [5].

Узагальненню поняття «селенгу» присвятили свої наукові праці вітчизняні та зарубіжні вчені, які в цілому виокремлюють декілька підходів до його тлумачення, але найбільшого розповсюдження набули трактування його як:

- різновид лізингу, спеціальна умова (зобов'язання), передбачена договором майнового найму. Полягає у переданні власником прав на користування і розпорядження його майном селенг-компанії за певну плату, але за умови, що він залишається власником переданого майна і може на першу вимогу повернути його [5];

- двосторонній процес, який регламентується угодою майнового найму і полягає в передачі власником своїх прав у користуванні та розпорядженні його майном селенг-компанії за визначену плату [4];

- специфічна форма зобов'язання, що складається в передачі власником (юридичною або фізичною особою) прав на користування і розпорядження його майном на установлений термін та за певну плату [6];

- інвестиційна стратегія підприємства, яка орієнтується на конкретних людей та конкретні підприємства. Передбачає собою залучення особистих коштів фізичних та юридичних осіб до діяльності підприємств, які переносячи труднощі з фінансовими ресурсами [7];

- це окремих випадок лізингу, який передбачає двосторонню угоду майнового найму. Згідно з цією угодою, власник передає селенговій компанії права використання і розпорядження своїм майном. Він залишається власником, одержує за це окрему плату і може за першою вимогою повернути своє майно [8];

- грошово-майнова операція, за якої власник майна чи коштів передає селенг-фірмі за певну плату свої права на використання грошей чи майна з безумовним їх поверненням за першою вимогою [6].

- один із способів фінансування різних інноваційних програм підприємств [4].

Об'єктом селенгу виступають: гроші, цінні папери, земельні ділянки, підприємства, а також будь-яке нерухоме і рухоме майно, яке може бути віднесене до основних фондів: машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна та інша техніка, будинки, споруди, системи телекомунікацій тощо, не заборонене законодавством до вільного обігу на ринку [5].

Суб'єктами селенгу є:

- постачальники предмету селенгу – фізичні особи, підприємства, організації та інші суб'єкти господарювання, які є власниками об'єкту селінгу та бажають здати його в найм;

- селенгодавець – суб'єкт господарювання, який надає в користування селенгоотримувачу об'єкт селенгу за договором селенгу (банківські або не банківські фінансові установи (селенгові компанії));

- селенгодержувачі (користувачі) – це суб'єкти господарювання, які бажають отримати на певний термін і використовувати в своїй діяльності об'єкт селенгу.

Сутність селенгу полягає в наданні селенгодавцем у користування на певний строк селенгоотримувачу майна, що є власністю постачальника предмета селенгу. Селенг має схожі риси з лізингом. Але селенг відрізняється від лізинга тим, що при лізингу обладнання в кінці – кінців викуповується, а при селенгу майно не міняє свого власника. Розглянемо приклад селенгової операції, яка буде застосовуватися у сільськогосподарському підприємстві.

Аграрне підприємство «А» має у власності сучасну італійську зерносушарку, котра на даний момент йому не потрібна. Але через певний проміжок часу дана зерносушарка знадобиться. В зв'язку з цим підприємство продати зерносушарку не планує. Але і просто так зберігати у себе не отримуючи доходу від неї підприємство не бажає. В зв'язку з цим аграрне підприємство знаходить селенгову компанію і надає їй дану зерносушарку в оренду. Але селенгова компанія не являється аграрним підприємством і не планує використовувати її у власній діяльності. Тому селенгова компанія віддає дану зерносушарку в оренду іншому аграрному підприємству «Б» за більш високу орендну плату. Аграрне підприємство «Б» не має можливості придбати таку зерносушарку, в зв'язку з чим воно бере її чітко на певний період. Селенгова компанія отримує від аграрного підприємства «Б» орендну плату і частину цієї плати залишає собі, а частину виплачує аграрному підприємству «А». Коли закінчується строк

оренди, селенгова компанія забирає зерносушарку у аграрного підприємства «Б» и повертає аграрному підприємству «А».

Існує декілька причин чому аграрне підприємство «Б» бажає взяти зерносушарку в просту оренду без права викупу:

Перша причина. При селенгу щомісячні платежі значно менші, ніж при лізингу. Адаже при селенгу аграрне підприємство «Б» сплачує тільки за оренду зерносушарки. Викупувати дане обладнання не потрібно та є можливість при цьому зекономити кошти для поповнення власних оборотних коштів та придбання у власність аналогічної нової зерносушарки від заводу виробника.

Друга причина. Аграрному підприємству «Б» вигідно скористатися селенговою операцією в зв'язку з тим, що можна не купуючи зерносушарку випробувати її та оцінити всі переваги та недоліки і вже потім прийняти рішення про купівлю, якщо дане обладнання повністю відповідає вимогам. Таким способом можна випробувати в роботі не одну зерносушарку, а декілька. І тільки після цього зробити вибір для купівлі.

За формою фінансування селенгова діяльність наближена до банківської діяльності. Вона може здійснюватися будь-якими торгово-промисловими підприємствами як побічна операція. Однак економічно доцільно створювати селенг-компанії.

При селенгових операціях фізичні особи здають внайми в більшості випадках грошові кошти. Між грошима, що взяті в кредит, і грошима, які взяті внайми, є наступні відмінності:

1. при кредиті змінюються права власності. При селенгу власник грошей, що здає внайми, не губить своїх прав на них;

2. коли фірма отримала гроші внайми від селенгової компанії і збанкрутувала, то, згідно з законом про банкрутство її майно, спочатку повертається дійсним власникам все те, що їй належить. Решта майна продається на аукціоні і ділиться між кредиторами. В зв'язку з цим банки для покриття ризику під неповернення кредиту повинні створювати резервні фонди, в яких мертвіє значна частина капіталу;

3. при передачі майна у найм податком обкладається тільки прибуток, отриманий від операції, а не вся сума. При кредиті податок береться з усієї суми кредиту [5].

Практика показує, що селенг можна використовувати при глибоких кризах підприємств та при гнучкій системі господарювання. Селенг є ефективним інструментом фінансування різних сфер підприємницької діяльності в умовах ризику. У сучасних умовах для розвитку селенгу відкриваються хороші перспективи. Сьогодні в економіці України наявні умови для розвитку селенгу, пересудим у малому бізнесі, а саме:

1. зменшення обсягу ліквідних коштів через постійні труднощі на грошовому ринку;

2. загострення конкуренції, яке вимагає оптимізації вкладення капіталу;

3. зменшення прибутку у господарських суб'єктів, що обмежує їх можливість вкладення достатньої суми коштів у розвиток нової технології і розширення виробництва.

Селенг загострює конкурентну боротьбу на грошовому ринку і направляє її на зменшення ціни послуг (наприклад, процента за кредит).

Селенг використовують у своїй діяльності закордонні підприємства переважно малого та середнього бізнесу, але в Україні дане джерело фінансування інноваційної діяльності не набуло широкого розповсюдження в зв'язку з тим, що більшість селенгових компаній були задіяні в фінансових пірамідах (фінансових аферах). Непопулярність селенгових операцій обумовлений також і іншими причинами: відсутність фінансових установ (селенгових компаній), недовіра вітчизняними виробниками селенг компаніям, нерозуміння вітчизняними аграрними підприємствами фінансових механізмів інвестування нестабільністю економічного і політичного середовища, нерегульованість даного питання чинним законодавством, відсутність передумов для створення селенгової інфраструктури, інертністю держави в питаннях розвитку селенгу, побоювання аграрних підприємств втратити контроль за власним майном передавши його у користування селенгової компанії.

Селенг – це реальний механізм втягнення грошей населення у виробничу сферу зокрема та в економіку країни в цілому. На жаль, деякі селенгові компанії разом з довірчими товариствами в попередні роки скомпрометували себе в Україні та країнах СНД. Практика застосування селенгових операцій в фінансуванні інноваційних проектів сільськогосподарських підприємств знаходиться на базовому рівні. Однією з причин такої ситуації можна назвати недовіру національних сільськогосподарських товаровиробників у зв'язку з тим, що багато громадян в попередні роки на селенгових операціях втратили чимало грошових коштів.

Висновки і пропозиції. В умовах економічної нестабільності в Україні, коли значно знизилося фінансування капітальних вкладень в оновлення основних засобів у зв'язку з недостатністю прибутку підприємств і значним зменшенням виробництва, застосування лізингу та селенгу у фінансуванні інвестицій є найбільш доцільним і може сприяти збереженню ліквідності більшості підприємств.

Отже, селенг та лізинг в умовах браку власних фінансових ресурсів і обмеженому доступу до кредитних ресурсів є одними із ефективних форм фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств. При правильному і обґрунтованому підході до застосування даних методів фінансування підприємств матимуть змогу використовувати модернізовану техніку та обладнання, що сприятиме їх інноваційному розвитку в перспективі.

Список літератури:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Янковський К.П. Организация инвестиционной и инновационной деятельности / К.П. Янковський, І.Ф. Мухарь. – П. : Омега, 2001. – 488 с.
3. Пересада А.А. Інвестування : навчально-методичний посібник / А.А. Пересада. – К. : КНЕУ, 2001. – 251с.
4. Матеріали сайту Вільна енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Селенг>.
5. Унінець-Ходаківська В.П. Ринок фінансових послуг: Теорія і практика / В.П. Унінець – Ходаківська. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.
6. Коваленко Н.В. Ринок фінансових послуг / Н.В. Коваленко, О.С. Корсакова. – Алчевськ : ДонДТУ, 2009. – 110 с.
7. Балабанов І.Т. Основи фінансового менеджмента. Как управлять капиталом? / І.Т. Балабанов. – М., 1995. – 350 с.
8. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування / А.П. Дука. – К. : Каравела, 2008. – 432 с.

Петренко В. С.

Херсонський державний університет

Карнаушенко А. С.

Херсонський державний аграрний університет

ПУТИ РАЗВИТИЯ СЕЛЕНГА И ЛИЗИНГА В АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

Резюме

В данной статье раскрыта экономическая суть селенга и лизинга, осуществлен анализ современного состояния применения селеновых и лизинговых операций сельскими хозяйствами и установлено, что их состояние неудовлетворительное. Авторами приведен пример применения селенга в аграрном предприятии и перечислены преимущества, которые получают предприятия от селеновых операций. В результате исследования обнаружено большое количество причин, которые влияют на непопулярность селеновых операций. Считаем, что решение указанных проблем откроет новые перспективы привлечения финансовых ресурсов для развития инновационной деятельности предприятий.

Ключевые слова: селенг, лизинг, источники финансирования, объект селенга, субъекты селенга, финансирование инновационной деятельности, аграрные предприятия.

Petrenko V. S.

Kherson State University

Karnaushenko A. S.

Kherson State Agrarian University

FUTURE DEVELOPMENT SELING AND LEASING OF AGRICULTURAL ENTERPRISES UKRAINE

Summary

In this article the economic substance of the Selenga and leasing, analyzes the current state of the use of selenium and leasing of Agriculture and found that their poor condition. The authors use an example Selenga agricultural enterprises and listed the benefits for the companies selenium operations. The study found a large number of causes that affect the unpopularity of selenium operations, we believe that the solution to the above problem, open up new prospects for raising funds for the development of innovation activity.

Key words: Selenge, leasing, financing sources, object Selenga, subjects Selenga, innovation financing, agricultural enterprises.

УДК 658.1:005.4

Квасній З. В.

Прикарпатський національний університет імені Івана Франка

Щербан О. Я.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПЕРСПЕКТИВИ ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Проведено аналіз стану підприємств малого бізнесу в Україні, запропоновано комплекс державних фінансових механізмів підтримки малого бізнесу.

Ключові слова: підприємство, малий бізнес, прибутковість, фінансування.

Постановка проблеми. Підприємства малого бізнесу в Україні функціонують у складних економічних умовах під впливом різноманітних факторів, які впливають на їх господарську діяльність. Як свідчить зарубіжний досвід, саме підприємства малого бізнесу можуть стати вирішальним фактором у подоланні основних соціально-економічних проблем суспільства. Враховуючи вкрай важкий стан економіки України, в нинішніх умовах фінансово-економічної кризи лише малі підприємства можуть спричинити позитивні економічні зрушення. Але на сьогоднішній час в Україні не створено належного середовища для ефективного функціонування та розвитку підприємств малого бізнесу, що проявляється у низці причин економічного, організаційного, правового, соціально-психологічного та фінансового характеру. Оцінюючи проблеми, що перешкоджають розвитку малого бізнесу в Україні, потрібно відзначити, що основною з них є недостатність фінансування. Для їх розв'язання держава повинна забезпечити сприятливі законодавчі умови щодо створення відповідної фінансової інфраструктури. Тому пошук шляхів вирішення існуючих проблем підприємств малого бізнесу, особливо в умовах подолання світової фінансово-економічної кризи, повинно бути складовою загальної системи державної політики регулювання і розвитку економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає змогу констатувати факт вагомого внеску у дослідження підприємств малого бізнесу як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: В. Александрова, К. Богун, В. Збарський, А. Гринюк, В. Грушко, М. Дем'яненко, З. Воронов, Б. Варналій, Т. Клебанова, В. Кредісов, С. Румянцева, М.Хурса, Г. Цегелик та ін. Посилення деструктивного та гальмівного впливу чинної системи організаційно-правового та фінансово-кредитного забезпечення малого підприємництва в Україні на позитивну динаміку його розвитку зумовлює необхідність проведення комплексного дослідження, спрямованого на обґрунтування шляхів підвищення ефек-

тивності кредитування розвитку малого підприємництва, визначення та впровадження нових схем управління фінансовим забезпеченням, що сприятиме формуванню повноцінного конкурентного середовища, розв'язанню проблем зайнятості та бідності.

Виділення не вирішених частин загальної проблеми. Проблеми у функціонуванні та перспективи подальшої діяльності малих підприємств в Україні перебувають у полі зору таких вчених, як В. Збарський, Т. Греджева, І. Максименко, Т. Меркулова, А. Чухно та ін. Потребують подальших досліджень питання виходу з кризи та пошуку шляхів оптимізації фінансування підприємств малого бізнесу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є аналіз стану та перспектив розвитку фінансування малого бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. В нинішніх умовах вижити можуть лише ті підприємства, які здатні випускати конкурентоспроможну продукцію, що користується попитом на ринку споживача. Статистика в Україні показує, що малі підприємства складають 93,7% від загальної кількості усіх підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності, станом на кінець 2012 року їх число склало 150,8 тис. підприємств[1].

З 2009 по 2012 роки спостерігається зменшення кількості малих підприємств на 10 тис. наявного населення на 12 одиниць, зайнятих і найманих працівників майже на 5% та 4% відповідно. Як наслідок, спостерігаємо зменшення частки обсягу реалізованої продукції малими підприємствами до загального обсягу реалізації.

Основні показники діяльності малих підприємств в Україні за період 2009-2012 роки представлено в таблиці 1.

Аналіз даних табл. 1 свідчить про погіршення стану справ у даному секторі економіки. Усі показники, крім середньої заробітної плати, яка збільшилася за аналізований період на 672,94 грн., відображають зростання негативних тенденцій.

Таблиця 1

Динаміка основних показників діяльності малих підприємств в Україні за 2009-2012 рр. [2]

Показник	Роки			
	2009	2010	2011	2012
Кількість підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	75	70	70	63
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	2152	2073,6	2070,8	2054,7
Кількість найманих працівників, тис. осіб	2067,8	1992,5	1991,1	1990,5
Середня заробітна плата по малих підприємствах, грн	950,21	1185,5	1317,7	1623,15
Частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств до загального обсягу реалізації, %	16,7	14,2	13,8	12,2
Частка підприємств, що одержали збитки, до загальної кількості малих підприємств, %	39,9	41,4	42,5	45,6

Таблиця 2

Фінансування Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні
[4, с. 104] тис. грн.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Згідно з Законом України «Про Державний бюджет України»	27000	2000	52000	11819	21800	1800	1800	2000	400
Фактично виділені кошти	0	306	10009	18772	1796	1796	1796	2000	400

Однією з найвагоміших причин такого стану діяльності малих підприємств в умовах кризи є відсутність достатньої кількості фінансових ресурсів [2].

Для фінансової підтримки малого підприємства в Україні функціонують: 176 банків і 1369 їхніх філій; 1740 небанківських фінансово-кредитних установ, у тому числі 1441 кредитна спілка [3, с. 51].

Розглянемо фінансування Національної програми сприяння розвитку малого підприємства в Україні протягом 2001-2009 років.

Дані таблиці 2 показують, що з кожним наступним роком спостерігається зменшення суми коштів у Державному бюджеті України, які спрямовуються на підтримку малого бізнесу в Україні.

Аналіз кількості наданих банками кредитів підприємствам малого бізнесу показує, що стан кредитування малого бізнесу також знаходиться у важкому стані (табл. 3). В Україні високий ризик неповернення кредитних зобов'язань та недосконале державне регулювання і система правового захисту, призвели до того, що переважна більшість українських банків відмовляється співпрацювати з малими підприємствами.

Таблиця 3

Питома вага кредитів, наданих банками України малим підприємствам, у загальному обсязі кредитного портфелю банку

Роки	Питома вага кредитів, %
2010	10,7
2011	12,6
2012	13,7

За свідченням представників провідних банків на сьогоднішній день в Україні лише 5 банків мають спеціальні програми фінансування для малих підприємств [5].

Основними проблемами, пов'язаними з банківським кредитуванням малих підприємств доцільно виокремити наступні: високі відсоткові ставки; необхідна наявність ліквідної застави для забезпечення гарантій повернення кредитів; коротко- та середньостроковий характер кредитів, що пропонуються банківськими установами (суб'єкти малого бізнесу потребують невеликі за обсягом довгострокові кредити з погашенням рівними частинами); недостатня поінформованість суб'єктів господарювання про умови надання кредитних фінансових ресурсів; загроза втрати контролю за своїм підприємством [6].

Тому для покращення фінансового стану підприємств вітчизняного малого бізнесу і удосконалення напрямів фінансування їх діяльності вважаємо доцільним удосконалення діючого податкового законодавства шляхом зниження податкового навантаження на малий бізнес та оптимізації процесів кредитування на основі впровадження зарубіжного досвіду.

Оцінюючи державне фінансування розвитку малого бізнесу, можна стверджувати про фактичну його відсутність. Проте, враховуючи важли-

вість розвитку малого бізнесу в Україні, важливу роль у процесі його фінансування має відігравати держава. Комплекс державних фінансових механізмів підтримки малого бізнесу повинен складатися з:

- використання гарантійних фондів кредитування малих підприємств;
- пільгового кредитування та часткову компенсацію відсоткових ставок по кредитах;
- забезпечення спрощених режимів оподаткування та податкових пільг;
- надання фінансової підтримки інноваційної діяльності;
- компенсації видатків на інформаційне обслуговування;
- компенсації видатків на отримання патентів, захист авторських прав;
- надання обладнання в лізинг;
- сприяння розвитку венчурного бізнесу;
- підтримки утворення кредитних союзів для малих підприємств;
- розвитку бізнес-центрів та бізнес-інкубаторів з метою зменшення накладних витрат малих підприємств;
- централізованого бухгалтерського обліку та комплексного надання ділових послуг малих підприємств.

Нині Україна пішла шляхом зниження рівня податкових вимог. Державна політика України останніх років набула чіткого спрямування на спрощення процедур, пов'язаних з організацією підприємницьких структур, включаючи їх реєстрацію, надання послуг на безоплатній основі підприємцям-початківцям у виборі перспективних видів підприємницької діяльності, інформації стосовно іноземних фірм, ринків збуту тощо.

Були спроби створити Державну інноваційну компанію та Банк реконструкцій і розвитку, які не призвели до реальних успіхів та не покращили ситуацію у сфері фінансування МСБ. Створення спеціального кредитного міжбанківського фонду в Україні дало б змогу спростити процедури надання кредитів і можливість зниження відсоткових ставок.

Враховуючи нестабільність політичного та економічного стану в Україні, не можемо не враховувати необхідність фінансово-кредитної допомоги малому бізнесу з боку держави, яку доцільно формувати за такими основними напрямками і в комплексі:

- стимулювання комерційних банків та інших фінансових небанківських установ до надання позик та розширення кредитних послуг малим підприємствам шляхом звільнення від оподаткування коштів, що спрямовуються у фонд кредитів малому підприємству;
- переорієнтація бюджетних коштів, спрямованих на фінансово-кредитну підтримку малого бізнесу з метою стимулювання процесів кредитування;
- надання державної гарантії повернення позик;

– розвиток венчурного фінансування на основі створення бізнес інкубаторів для надання суб'єктам малого підприємництва комплексних послуг: юридичної, консалтингової, інформаційної підтримки, підготовки кадрів для малих підприємств, пошук інвесторів, надання в оренду об'єктів оргтехнікою приміщень тощо;

– залучення більш широкого кола представників малого бізнесу до участі в програмі часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами суб'єктів малого та середнього бізнесу на реалізацію інвестиційних проєктів;

– створення фондів кредитних порук для суб'єктів малого та середнього бізнесу;

– сприяння розвитку фондовому ринку;

– удосконалення інфраструктури фінансово-кредитного ринку;

– посилення співпраці з міжнародними організаціями та фондами, що стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу як з боку банківських установ так і державних регулюючих органів;

– активізація діяльності недержавних гарантійних і страхових установ.

Означена у дослідженні проблематика потребує по-

дальшої наукової розробки з метою покращення умов функціонування та розвитку підприємств малого бізнесу в Україні, підвищення їх прибутковості на основі удосконалення методів фінансування та створення орієнтованої на них фінансової інфраструктури.

Висновки і пропозиції. В результаті проведеного дослідження проаналізовано основні показники діяльності малих підприємств України за 2009-2012 роки. Встановлено, що сучасний стан розвитку джерел фінансування розвитку малого бізнесу в Україні не дає змоги активно розвиватися малим підприємствам.

За аналізований період спостерігається відчутне зменшення кількості малих підприємств на 10 тис. наявного населення та збільшення кількості збиткових підприємств майже на 15%. Встановлено основні причини, які стримують їх розвиток. Запропоновано напрями фінансування малих підприємств для підвищення їх прибутковості та покращення фінансового стану.

Означена у дослідженні проблематика потребує подальшої наукової розробки з метою покращення умов функціонування та розвитку підприємств малого бізнесу в Україні.

Список літератури:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Щипанська М. В., Кругляно А. В. Фінансування малих підприємств в Україні в умовах економічної кризи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://intkonf.org/>.
3. Збарський В. К. Тенденції розвитку малого підприємництва / В. К. Збарський // Економіка АПК. – 2009. – № 8. – С. 50-53.
4. Богун К. В. Удосконалення фінансової інфраструктури малого підприємництва в межах державно-приватного партнерства / К. В. Богун // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2010. – № 3. – С. 104-108.
5. Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/>
6. Малий бізнес: надежды и реальность [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubr.ua/top/malyi-biznes-nadejdy-i-realnost>.

Квасний З. В.

Прикарпатский национальный университет имени Ивана Франко

Щербан О. Я.

Национальный университет «Львовская политехника»

ПЕРСПЕКТИВЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Резюме

Исследованы практические пути финансирования предприятий малого бизнеса в Украине, предложен комплекс государственных финансовых механизмов поддержки малого бизнеса.

Ключевые слова: предприятие, малый бизнес, прибыльность, финансирование.

Kvasniy Z. V.

Carpathian National University named after Ivan Franko

Cherban O. Y.

National University «Lvivska Politekhnik»

PROSPECTS OF FINANCING SMALL BUSINESSES

Summary

The analysis of small business in Ukraine, the complex of public finance mechanisms to support small businesses.

Key words: enterprise, small business, profitability, financing.

УДК 330.341.1:636

Кернасюк Ю. В.Кіровоградська державна сільськогосподарська дослідна станція
Національної академії аграрних наук України**ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕНТРАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА
В СКОТАРСТВІ І ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ РОЗМІРІВ ГАЛУЗІ**

Досліджено рівень концентрації виробництва продукції скотарства в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області та розроблено економічні моделі прибутковості для різних розмірів галузі. Визначено оптимальні показники кількості поголів'я корів для забезпечення беззбиткового виробництва продукції.
Ключові слова: концентрація, рівень рентабельності, скотарство, конкурентоспроможність, молоко, яловичина, модель.

Підвищення рівня концентрації виробництва в скотарстві і визначення оптимальних розмірів для забезпечення конкурентоспроможного розвитку галузі залишається однією із нагальних проблем в аграрній економічній науці.

Актуальні питання конкурентоспроможності сільського господарства, і зокрема виробництва продукції скотарства вивчали В.Г. Андрійчук, Ю.О. Лупенко, П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, С.М. Кваша, В.М. Трегобчук, Б.Й. Пасхавер, М.Й. Малік, О.М. Шпичак, М.М. Ільчук, Л.А. Євчук, О.В. Мазуренко, І.Ю. Рудь та інші вчені [1-18].

На регіональному рівні означену проблему досліджували В.К. Збарський, Л.О. Дорогань, А.І. Рудич, які значну увагу приділили вивченню факторів, що змінюють обсяги виробництва молока, зокрема чисельність поголів'я корів, продуктивність тварин, стан кормової бази [19-21].

Для покращення показників конкурентоспроможності ведення галузі значну увагу необхідно приділяти підвищенню окупності витрат із розрахунку на одиницю продукції за рахунок вибору оптимальних показників чисельності поголів'я великої рогатої худоби та раціональних розмірів виробництва.

В Україні це питання досить тривалий час вивчали В.Я. Месель-Веселяк, О.В. Мазуренко і інші науковці ННЦ «Інститут аграрної економіки», які на основі аналізу багаторічних даних і відповідних розрахунків довели, що при виробництві молока оптимальною має бути концентрація від 400 до 800 корів; із відгодівлі великої рогатої худоби – від 2 до 3 тис голів; відгодівлі свиней – від 8 до 10 тис голів, у т. ч. стосовно комплексів, відповідно – від 1000 до 1200 корів, від 3 до 6 тис голів великої рогатої худоби [22-24].

Водночас на даний час існують розрізнені наукові і практичні підходи щодо обґрунтування показників оптимальних розмірів господарств з виробництва продукції скотарстві, які в значній мірі не враховують усіх тих змін в сільському господарстві, що відбулися в процесі реформування вітчизняного АПК, зокрема останніми роками.

Метою досліджень є аналіз концентрації виробництва продукції скотарства в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області і економічне обґрунтування основних засад формування оптимальних розмірів ферм на основі розробки моделей прибутковості, що враховують очікуваний вплив ефекту розміру галузі, ціни і рівня молочної та м'ясної продуктивності тварин.

Означена проблема потребує поглибленої уваги і вивчення з огляду на її актуальність і нагальну необхідність розробки науково-практичних рекомендацій з визначення оптимальної межі ефективної концентрації галузі, яка здатна забезпечити прибуткове виробництво продукції.

Результати проведених досліджень засвідчили, що у аграрних формуваннях Кіровоградської області, які займаються скотарством в умовах перехідної зони від лісостепу до Північного степу, спостерігається значна диференціація, як за кількістю утримуваного поголів'я великої рогатої худоби, так і за обсягами виробництва продукції та показниками її економічної ефективності (табл. 1).

Таблиця 1
Концентрація чисельності поголів'я великої рогатої худоби в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області

Групи підприємств за кількістю ВРХ, голів	Кількість господарств на 1.01.2013 р.			
	утримують ВРХ		в т. ч. корів	
	одиниць	%	одиниць	%
до 5	13	10,5	15	14,3
6-29	28	22,6	27	25,7
30-99	25	20,2	23	21,9
100-199	12	9,7	19	18,1
200-499	25	20,2	20	19,0
500-999	16	12,9	1	1,0
1000-1999	4	3,2	-	-
більше 2000	1	0,8	-	-
Разом	124	100,0	105	100,0

Найбільшою за кількістю є група господарств, де утримують до 99 голів – це майже 66 сільськогосподарських підприємств, або 53,3% загальної кількості. Від 100 до 199 корів утримують 12 господарств (9,7%) і решту – більше 200 корів 46 підприємств (37,1%). Таким чином, в області налічується лише 5 господарств, які можна віднести до групи великотоварних, що утримують понад 1000 голів, або близько 4% від всього поголів'я великої рогатої худоби.

Про характер концентрації виробництва свідчить крива розподілу кумулятивних часток, більш відома, як крива Лоренца (рис. 1-2).

Аналіз даних рис. 1. наочно характеризує величину розподілу рівня концентрації виробництва молока. Зокрема, у 90% сільськогосподарських підприємств регіону виробляється близько 60% всього молока, тоді як решта продукції забезпечує 10% великотоварних господарств.

Майже 50% виробництва всього приросту живої маси зосереджено в 90% господарства, тоді як на 10% припадає решта (рис. 2).

У 50% господарств їх частка в загальному обсязі виробництва продукції не перевищує 10%, у 70% – не більше 20-25%. Тобто, для значної кількості сільськогосподарських підприємств означена галузь з точки зору спеціалізації не є основною, і навіть, допоміжною.

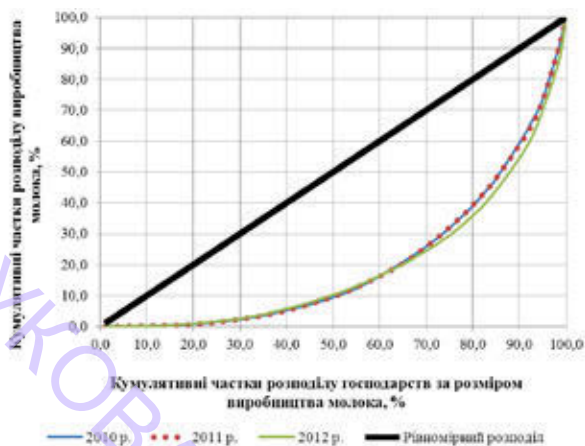


Рис. 1. Крива розподілу кумулятивних часток концентрації виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області

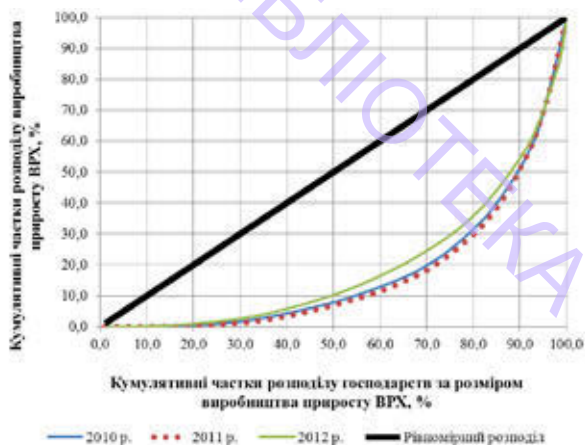


Рис. 2. Крива розподілу кумулятивних часток концентрації виробництва приросту ВРХ в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області

На відміну від молочного скотарства розвиток спеціалізованого м'ясного скотарства в регіоні відбувається повільно, незважаючи на наявність значних площ пасовищ і сіножатей та поголів'я знам'янської м'ясної породи поліського внутрішньопородного типу, яка є однією із найбільш адаптованих до місцевих природно-кліматичних умов утримання і розведення. Результати групування сільськогосподарських підприємств області за кількістю утримуваної великої рогатої худоби м'ясного напрямку продуктивності наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Концентрація чисельності поголів'я худоби м'ясного напрямку продуктивності в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області

Групи підприємств за кількістю поголів'я худоби м'ясного напрямку, голів	Кількість господарств на 1.01.2013 р.			
	утримують ВРХ		в т. ч. м'ясних корів	
	одиниць	%	одиниць	%
до 100	3	37,5	4	57,1
101-499	4	50,0	3	42,9
більше 500	1	12,5	-	-
Разом	8	100,0	7	100,0

Станом на початок 2013 року в регіоні м'ясним скотарством займалися 8 господарств, у т. ч. в 3 утримували до 100 голів, у 4 – від 101 до 499 і понад 500 голів на одному сільськогосподарському підприємстві.

Низькі показники концентрації виробництва обумовлені тим фактом що у області впродовж останніх років виробництво молока і яловичини є одним з найменш рентабельних видів сільськогосподарської діяльності.

Водночас, загальновідомо, що рівень концентрації виробництва продукції взаємопов'язаний із основними показниками її економічної ефективності.

З метою оцінки впливу фактору виробництва на рівень витрат використано ранжовану вибірку статистичних даних в розрізі сільськогосподарських підприємств Кіровоградської області за формулою 50 с-г «Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств в 2012 р.».

При ранжуванні було використано правило трьох сигм. Майже достовірно (з довірчою ймовірністю 0,997 можна стверджувати, що всі значення випадкової величини X з нормальним законом розподілу відхиляються від її математичного сподівання $M(X) = a$ на величину, не більшу $3s$ (трьох середніх квадратичних відхилень). Окрім означеного при формуванні масиву даних для статистичної обробки було відхилено усі показники, які не лише виходять за межі нормального розподілу, але й наочно свідчать про аномальне відхилення від їх середнього значення внаслідок тих чи інших причин, в т. ч. згортання галузі, помилок в обліку і т. п.

Для оцінки тісноти зв'язку рівня собівартості виробництва продукції (Y) в скотарстві від її обсягу (X) було використано спеціальні математичні функції сигмоїдного класу Shifted Power і Logistic Power, які відносяться до нелінійних апроксимаційних моделей (табл. 3).

Таблиця 3

Математичні моделі впливу концентрації виробництва x (т) на рівень витрат y (грн.) в сільськогосподарських підприємствах області за 2012 р.

Продукція	Рівняння нелінійної регресії	Коефіцієнт кореляції r / детермінації R ²
Молоко	$y = 3012,914664 \cdot (x - 590,999983)^{-0,032325}$	0,705 / 0,497
Приріст ВРХ	$y = \frac{21546,865575}{\left(1 + \left(\frac{x}{236,047601}\right)^{11,270753}\right)}$	0,364 / 0,133

За даними аналізу табл. 3 встановлено, що у виробничих умовах Кіровоградської області спостерігається кореляційний зв'язок між розмірами виробництва продукції скотарства і її собівартістю. Згідно із прийнятою шкалою Чеддока для виробництва молока означений зв'язок характеризується, як високий (0,9-0,7) і помірний (0,5-0,3) для приросту великої рогатої худоби.

Якісну характеристику тісноти зв'язку проводили відповідно до методики економічних досліджень в сільському господарстві, а оцінювання достовірності отриманих рівнянь нелінійної регресії проводили за допомогою показника абсолютної помилки апроксимації [25-26]. Побудоване рівняння регресії вважається задовільним, якщо значення Δ не перевищує 10-15% [26]. У даному випадку, провівши необхідні розрахунки, було

одержано значення середньої помилки апроксимації \bar{A} для молока 5,2% і приросту ВРХ – 13,8%.

Для оцінки рівня статистичної значущості коефіцієнтів регресії одержаних моделей розраховували t -критерій Стьюдента згідно методики [25], і порівнювали їх з його табличним значенням. Зіставлення фактичного і табличного значень t при числі ступеню волі $n-2$ дає можливість оцінити суттєвість коефіцієнту кореляції r при тому чи іншому рівню значущості.

Для молока розрахункове значення t -критерію Стьюдента складає 4,22, тоді як табличне для $p < 0,05$ дорівнює 2,1 і $p < 0,01$ – 2,88. Оскільки розрахункове значення t -критерію Стьюдента перевищує його табличне, то слід вважати одержане рівняння придатним для адекватної оцінки залежності собівартості виробництва молока від рівня його концентрації в сільськогосподарських підприємствах Кіровоградської області. Отримані результати підтверджують вірогідність взаємозв'язку між концентрацією і собівартістю виробництва молока. Водночас, аналогічний роз-

рахунок для приросту великої рогатої худоби не підтвердив статистичну значущість коефіцієнту його кореляції. Розрахункове значення t -критерію склало 1,66, що менше табличного.

Для визначення оптимальних розмірів галузі нами було також розроблено економічні моделі прибутковості, що враховують очікуваний вплив ефекту концентрації, ціни і рівня молочної та м'ясної продуктивності тварин (табл. 4).

При розробці зазначених моделей виходили із необхідності визначення землемісткості виробництва продукції скотарства за рівня продуктивності корів 5000-8000 кг і середньодобового приросту молодняка – 600-900 г. Прийнята в розрахунках частка корів у стаді 40%, ціни на матеріально-технічні ресурси – станом за вересень місяць 2013 р. Економічні моделі базуються на технологічних картах для господарств із розміром поголів'я 200-1200 корів.

Аналіз даних табл. 4 засвідчив, що при однаковому ресурсному забезпеченні економічна ефективність виробництва молока з підвищенням рів-

Таблиця 4

Розрахунок впливу розмірів галузі скотарства на економічну ефективність і конкурентоспроможність виробництва молока

№ п/п	Показник	Кількість поголів'я корів, голів					
		200	400	600	800	1000	1200
1	Річний обсяг виробництва продукції, т	1000	2000	3000	4000	5000	6000
2	Оплата праці, тис грн	585,5	982,9	1331,3	1641,1	1788,3	2264,4
3	Відрахування із оплати праці, тис грн	217,7	365,5	495,1	610,3	665,1	842,1
4	Вартість кормів, тис грн	875,1	1750,2	2625,3	3500,4	4375,5	5250,6
5	у т. ч. покупних	255,0	510,0	765,0	1020,0	1275,0	1530,0
6	Амортизаційні відрахування, тис грн	674,3	1146,4	1756,4	2225,7	2824,6	3336,3
7	Поточний ремонт, тис грн	269,7	458,6	702,6	890,3	1129,8	1334,5
8	Ветослужбовання, тис грн	20,0	40,0	60,0	80,0	100,0	120,0
9	Пальне, тис грн	148,6	455,3	683,0	910,6	1257,7	1509,2
10	Вартість електроенергії, тис грн	19,7	39,4	59,1	78,8	98,6	118,3
11	Підстилка, тис грн	43,8	87,6	131,4	175,2	219,0	262,8
12	Вода, тис грн	21,6	43,2	64,8	86,4	108,0	129,6
13	Послуги машино-тракторного парку, тис грн	22,9	61,3	111,3	174,3	318,3	461,7
14	Інші витрати, тис грн	14,5	27,2	40,1	51,9	64,4	78,1
15	Разом витрат	2913,4	5457,6	8060,5	10425,2	12949,2	15707,7
16	Загальновиробничі витрати, тис грн	291,3	545,8	806,0	1042,5	1294,9	1570,8
17	Всього виробничих витрат, тис грн	3204,7	6003,4	8866,5	11467,7	14244,1	17278,5
18	Вартість приплоду, тис грн	474,1	888,2	1311,8	1696,6	2107,4	2556,3
19	Вартість гною, тис грн	120,5	240,9	361,4	481,8	602,3	722,7
20	Витрати на побічну продукцію, тис грн	594,6	1129,1	1673,1	2178,4	2709,6	3279,0
21	Витрати на основну продукцію, тис грн	2610,2	4874,3	7193,4	9289,3	11534,5	13999,5
22	Собівартість виробництва 1 т молока, грн	2610,2	2437,1	2397,8	2322,3	2306,9	2333,3
23	Витрати на збут, тис грн	64,1	120,1	177,3	229,4	284,9	345,6
24	Адміністративні витрати, тис грн	320,5	600,3	886,7	1146,8	1424,4	1727,9
25	Повна собівартість продукції, тис грн	2994,7	5594,7	8257,4	10665,4	13243,8	16073,0
26	Рівень товарності, %	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0
27	Обсяг реалізації продукції, т	900,0	1800,0	2700,0	3600,0	4500,0	5400,0
28	Повна собівартість 1 т продукції, грн	3327,5	3108,2	3058,3	2962,6	2943,1	2976,5
29	Реалізаційна ціна 1 т продукції, грн	4500,0	4500,0	4500,0	4500,0	4500,0	4500,0
30	Виручка від реалізації продукції, тис грн	4050,0	8100,0	12150,0	16200,0	20250,0	24300,0
31	Прибуток, тис грн	1055,3	2505,3	3892,6	5534,6	7006,2	8227,0
32	Рівень рентабельності, %	35,2	44,8	47,1	51,9	52,9	51,2

Багатоваріантні модельні розрахунки рівня економічної ефективності і конкурентоспроможного виробництва молока

Показник	Надій на корову, кг	Поголів'я корів, голів					
		200	400	600	800	1000	1200
Повна собівартість 1 т продукції, грн	5000	3327,5	3108,2	3058,3	2962,6	2943,1	2976,5
	6000	2933,0	2749,0	2712,9	2637,2	2611,0	2648,5
	7000	2696,9	2543,6	2510,6	2446,2	2433,0	2463,2
	8000	2484,7	2353,4	2325,6	2274,2	2262,5	2290,8
Рівень рентабельності (збитковості), %	5000	35,2	44,8	47,1	51,9	52,9	51,2
	6000	53,4	63,7	65,9	70,6	72,4	69,9
	7000	66,9	76,9	79,2	84,0	85,0	82,7
	8000	81,1	91,2	93,5	97,9	98,9	96,4

ня концентрації зростає. Водночас, збільшуються витрати на транспортування кормів з поля, і органічних добрив, в зворотному напрямку.

Розрахункові показники комплексної економічної оцінки впливу розміру концентрації виробництва продукції в скотарстві наведено у табл. 5.

Встановлено, що з підвищенням рівня концентрації поголів'я тварин на молочнотоварних фермах з 200 до 1200 корів витрати на виробництво молока знижуються, що пояснюється, в першу чергу, зменшенням розміру змінних витрат. Згідно із законом спадної віддачі зростання економічної ефективності відбувається до межі 1000 корів, досягаючи максимального значення рівня рентабельності при надой молока 5000 кг – 52,9%, і при 1200 корів – 51,2%. Аналогічна залежність підтверджується і за вищого рівня продуктивності корів.

Використання розробленої моделі конкурентоспроможного виробництва продукції скотарства дозволяє не лише прогнозувати ефективність

управлінських рішень, але й обґрунтовувати оптимальні стратегії розвитку галузі за умов економічної невизначеності ринкового середовища.

Фактор концентрації виробництва продукції в скотарстві відіграє важливе значення для продовольчої безпеки, оскільки за рахунок великотоварного характеру розвитку галузі безпосередньо забезпечується ритмічність роботи переробної промисловості і стійкість формування пропозиції на ринку.

За даними проведених розрахунків, на рівні сільськогосподарських підприємств економічно доцільним є його показник в межах 800-1000 корів, що забезпечує максимальну ефективність виробництва.

Перспективи подальших досліджень передбачають використання отриманих результатів для створення інформаційно-аналітичної бази даних з визначення оптимальних показників прибуткового ведення скотарства.

Список літератури:

1. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз / Василь Гаврилович Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2006. – 292 с.
2. Стратегічні напрями розвитку сільськогосподарства України на період до 2020 року / [Лупенко Ю. О., Месель-Веселяк В. Я. та ін.] ; за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2012. – 182 с.
3. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку): науково-виробниче видання [Присяжнюк М. В., Саблук П. Т., Месель-Веселяк В. Я., Федоров М. М.]; за ред. П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 1008 с.
4. Економіка виробництва молока і молочної продукції в Україні [Саблук П. Т., Бойко В. І., Мостенська Т. Л. та ін.]. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2005. – 340 с.
5. Месель-Веселяк В. Я. Розвиток м'ясопродуктового підкомплексу України / В. Я. Месель-Веселяк, О. В. Мазуренко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 198 с.
6. Месель-Веселяк В. Я. Поголів'я і виробництво продукції тваринництва в Україні / В. Я. Месель-Веселяк, О. Ю. Грищенко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2013. – 146 с.
7. Месель-Веселяк В. Я. Економічні передумови забезпечення розширеного відтворення сільськогосподарського виробництва в Україні / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2011. – № 3. – С. 9-16.
8. Ільчук М. М. Ефективне функціонування молокопродуктового підкомплексу України : моногр. / М. М. Ільчук. – К. : Нічлава, 2004. – 310 с.
9. Економічні напрями ефективного функціонування ринків продукції скотарства [Ільчук М. М., Калінчик М. В., Рудий М. М. та ін.]. – К. : «НІЧЛАВА», 2009. – 352 с.
10. Кваша С.М. Конкурентоспроможність української сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку / С.М. Кваша, Н.С. Голомша // Економіка АПК. – 2006. – № 5. – С. 99-104.
11. Забезпечення конкурентоспроможності аграрного сектора економіки України на внутрішньому і зовнішньому ринках: Наукова доповідь / [Трегобчук В.М., Пасхавер Б.Й., Бородіна О.М. та ін.]; за ред. акад. УААН В.М. Трегобчука, чл.кор. УААН Б.Й. Пасхавера. – К. : Інститут економіки та прогнозування, 2007. – 260 с.
12. Ціни, витрати, прибутки агровиробництва та інфраструктура продовольчих ринків / [Шпичак О. М., Саблук П. Т., Ситник В. П. та ін.]; За ред. О. М. Шпичака. – К. : ІАЕ, 2000. – 585 с.
13. Малік М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
14. Євчук Л. А. Конкурентні позиції суб'єктів молокопродуктового під комплексу: сучасні тенденції та перспективи / Л. А. Євчук // Економіка АПК. – 2012. – № 8. – С. 11-16.
15. Мазуренко О. В. Шляхи підвищення економічної ефективності виробництва тваринницької продукції / О. В. Мазуренко, Г. В. Ковальова // Економіка АПК. – 2011. – № 5. – С. 41-47.
16. Надворняк Я. М. Аналіз беззбитковості у рентабельному виробництві яловичини / Я. М. Надворняк // Економіка АПК. – 2010. – № 9. – С. 37-39.

17. Калинин Н. В. Развитие и эффективное функционирование предприятий на рынке говядины / Н. В. Калинин, О. А. Саенко, В. В. Россоха. – К. : ННЦ ИАЕ, 2009. – 212 с.
18. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: Монографія / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 246 с.
19. Збарський В. К. Перспективи відродження молочного скотарства на Черкащині / В. К. Збарський // Економіка АПК. – 2012. – № 10. – С. 13-18.
20. Дорогань Л.О. Аналіз факторів економічної ефективності виробництва молока в Полтавській області / Л.О. Дорогань, А.І. Рудич // Вісн. Полтав. держ. аграр. акад. – 2005. – N 3. – С. 163-166.
21. Рудь І.Ю. Особливості формування конкурентного середовища у молокопродуктовому підкомплексі / І.Ю. Рудь // Вісник аграрної науки Причорномор'я, Випуск 3 (46), 2008. – С. 128-132.
22. Месель-Веселяк В. Я, Мазуренко О. В. Розвиток м'ясопродуктового підкомплексу України / В. Я. Месель-Веселяк, О. В. Мазуренко. – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 198 с.
23. Методичні рекомендації щодо формування спеціалізованих сільськогосподарських підприємств з виробництва продукції тваринництва та обґрунтування регіональних розмірів ферм і комплексів / В.Я. Месель-Веселяк, О.В. Мазуренко, П.В. Щепієнко, М.П. Коржинський [та ін.]; за ред. В.Я. Месель-Веселяка – К. : 2007. – ННЦ ІАЕ. – 105 с.
24. Месель-Веселяк В.Я. Оптимальні розміри сільськогосподарських формувань промислового типу в Україні / В.Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2008. – № 3. – С. 13-19. – С. 19.
25. Статистика : підручник / [Герасименко С. С., Головач А. В., Єріна А. М. та ін.] За наук. ред. д-ра екон. наук С. С. Герасименка. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2000. – 467 с.
26. Попович И.В. Методика экономических исследований в сельском хозяйстве: / И. В. Попович. – Учебное пособие для студентов с.-х. вузов по экон. спец. - 4-е изд., перераб. - М.: Экономика, 1982. – 216 с.

Кернасук Ю. В.

Кировоградская государственная сельскохозяйственная опытная станция
Национальной академии аграрных наук Украины

**ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЦЕНТРАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В СКОТОВОДСТВЕ
И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ РАЗМЕРОВ ОТРАСЛИ**

Резюме

Исследован уровень концентрации производства продукции скотоводства в сельскохозяйственных предприятиях Кировоградской области и разработаны экономические модели прибыльности для разных размеров отрасли. Определены оптимальные показатели количества поголовья коров для обеспечения безубыточного производства продукции.

Ключевые слова: концентрация, уровень рентабельности, скотоводство, конкурентоспособность, молоко, говядина, модель.

Kernasyuk Y. V.

Kirovograd State Agricultural Experimental Station
of the National Academy of Agricultural Sciences of Ukraine

**RESEARCH OF CONCENTRATION OF PRODUCTION IN CATTLE BREEDING
AND DETERMINATIONS OF THE OPTIMUM SIZES OF INDUSTRY**

Summary

The production concentration ratio of goods of cattle breeding in the agricultural enterprises of the Kirovograd area are research and economic profits models was develop for the different sizes of industry. An optimum indicator of quantity of a livestock of cows for provision of break-even production was specif.

Key words: model, efficiency, cattle breeding, profitability, milk, beef, innovation.

УДК 330

Кирилич Х. В.

Львівський національний університет імені Івана Франка

КОНЦЕПЦІЙНИЙ ВИМІР ПРОБЛЕМИ НЕРІВНОМІРНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Наведено комперативний аналіз концепційного виміру проблеми нерівномірності економічного розвитку, визначено основні теорії, сутність яких полягає в поясненні, виправданні чи спростуванні світової економічної нерівномірності, а саме теорію світових систем, антиглобалістську теорію, теорію синергетики, теорію полюсів зростання, теорію зовнішньої залежності.

Ключові слова: нерівномірність економічного розвитку, теорія світових систем, антиглобалістська теорія, теорія синергетики, теорія полюсів зростання, теорія зовнішньої залежності, неокolonіальна модель залежності, хибна парадигма розвитку, теорія дуального розвитку.

Постановка проблеми. Дослідження теоретичного аспекту проблеми нерівномірності економічного розвитку має велике дидактичне, суспільне і прикладне значення, адже узагальнення наукових поглядів встановлюють відношення до практики. «...Чітке передбачення майбутніх подій є неможливим, – зауважував Дж. Л. Андерсон, – однак прогнозування можливе... чим більше існує гіпотез про те, чому все відбулося саме так, і що було рушієм такого розвитку, тим чіткішими вони будуть. Важливим елементом такого дослідження є розуміння того, як і чому події відбувалися в минулому» [9, с. 10].

На нашу думку, концепційний вимір проблеми нерівномірності економічного розвитку варто розкривати, перш за все, через призму новітніх теорій економічного розвитку, що з'явилися у другій половині ХХ століття, оскільки саме цей етап розвитку економічної думки виводить на новий рівень норми світової конкурентоспроможності, підґрунтям яких став стрімкий науково-технічний прогрес, а наслідком – постіндустріальне суспільство та новий інституціонально-соціальний напрям економічної думки, в якому, перш за все, зростає роль людського капіталу та високотехнологічних товарів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та перспективи розвитку світового господарства є ключом аспектом досліджень багатьох вчених: І. Валлерстайн, Ф. Бродель, Р. Арон, А. Г. Франк, С. Амін, Дж. Арріг, Т. Сантос, Д. Харві, Ф. Перру, Х. Ричардсон, Дж. Фрідман, М. Тодаро, С. Сміт, Дж. Андерсон Л., Пельтек, Я. Столярчук Я. та інші. Їх роботи присвячені різним аспектам стану розвитку світового господарства, його основним концепціям розвитку, дослідженню причин, нерівностей розвитку, розробці шляхів подолання кризи в перспективі.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Нерівномірності розвитку окремих країн і цілих регіонів світового господарства, що веде за собою ряд негативних економічних та соціальних наслідків, зумовлюють необхідність вирішення важливих теоретичних питань нерівномірності економічного розвитку.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є з'ясування природи і сутності нерівномірності розвитку світового господарства через призму аналізу основних теорій економічного розвитку.

Виклад основних результатів дослідження. Новітні концепції нерівномірності економічного розвитку появляються на фоні інноваційних зрушень. Серед новітніх концепцій економічного розвитку, суть яких проявляється через призму економічної відкритості, фінансової лібералізації,

гармонізації загальносвітових норм та правил торгівлі, максимальної лібералізації для суб'єктів економічної діяльності, стимулювання інвестицій та інформаційного суспільства, хотілось б виділити теорію світових систем, антиглобалістську теорію, теорію синергетики, теорію полюсів зростання, теорію зовнішньої залежності, в рамках якої розглядається неокolonіальна модель залежності, хибна парадигма розвитку і теорія дуального розвитку і теорію ендogenous розвитку, які в деякій мірі перетинаються і є особливо актуальними та практичними з точки зору нерівномірності економічного розвитку.

З нашої точки зору, однією з найбільш вдалих обґрунтувань глобалізації через призму нерівномірності економічного розвитку, є теорія світових систем, вперше сформульована І. Валлерстайном. На думку цього вченого, послідовника марксизму, сучасну «світ-систему» об'єднує єдина капіталістична «світ економіка». «Капіталістична «світ-економіка», – зауважував І. Валлерстайг, – це система, що припускає ієрархічну нерівність у розподіл, основою чого є концентрація певних видів виробництва в певних обмежених зонах, які, у зв'язку з цим, стають місцями найбільш великомасштабного накопичення капіталу» [3, с. 157]. Вона розподіляє країни світу на «ядро» і «периферію». Також виділять «напівпериферію», тобто деякі країн південно-східної Азії, арабські країни – експортери нафти та країни східної Європи – колишні члени соціалістичного блоку та СРСР. Позиція кожної окремої локальної економіки в одній із цих підсистем визначається через переважання одного з двох типів виробництва: капіталомісткого та трудомісткого, – економіку з превалюванням капіталомісткого виробництва відносять до ядра; економіку, у якій домінує трудомістке виробництво, – до периферії; економіку, у якій приблизно в однакових пропорціях поєднуються ці два типи виробництва, – до напівпериферії [8, с. 8-12]. У концепції І. Валлерстайна ринок виконує функцію перерозподілу, де центр експлуатує периферію. Домінування центру забезпечується домінуванням в продуктивності, в торгівлі і, відповідно, фінансове домінування. Країни є включеними до світ-економіки, не маючи окремих економік. Більшість світових активів акумулюються у центральній зоні [16, с. 74-75]. Наведену концепцію І. Валлерстайна у своїх наукових доробках використовують також і інші вчені (Ф. Бродель, Р. Арон, А. Г. Франк, С. Амін, Дж. Арріг і Т. Сантос та ін).

На думку фундатора «радикальної географії», одного з провідних вчених світу в області

гуманітарних наук Д. Харві, справедливим у «світ-системному» підході І. Валлерстайна є роль капіталу в процесі економічної глобалізації та той факт, що транснаціональний фінансовий капітал є рушієм світової економічної інтеграції. Вчений вважає, що постмодернізм є більш небезпечною формою капіталізму через надмірне значення фінансового капіталу, який є поза контролем фінансових інституцій, навіть у найбільш розвинених країнах світу, що призводить до спекуляцій на ринку цінних паперів [12].

Погоджуючись із важливістю постановки питання про роль фінансового капіталу, все ж варто зазначити деякі дискусійні моменти наведеного положення:

По-перше, Д. Харві (також І. Валлерстайн) розглядають лише економічний аспект глобалізації як найважливіший, не беручи до уваги інших аспектів глобалізації як складного та багаторостороннього процесу. Приміром, поширення демократії у світі як політичну проблему.

По-друге, політика неолібералізму світових еліт та процес демократизації відбувається одночасно з такими явищами як збільшення прірви між Північчю та Півднем, виникненням гострих соціальних проблем та «глобалізацією бідності».

По-третє, екологічним аспектам глобалізації повинно надаватися більше уваги у зв'язку з гострими проблемами. З цього приводу маємо зазначити таке:

По-четверте, картина глобалізації ХХІ століття характеризується культурно-етнічними зіткненнями та конфліктам ідентичності.

На нашу думку, теорія синергетики (теорія самоорганізації), заслуговує особливої уваги оскільки виступає як така, що виправдовує світову економічну нерівномірність. Її основними прихильниками є Г. Хакен, В. Мильованов, І. Пригожин, Г. Ніколіс, В. Ебелінг, Р. Файстель, Е. Князева, С. Курдюмов, В. Щеглов, А. Лоскутов, А. Михайлов та ін.

Синергетика (гр. *synergetikos* – сумісний, такий, що діє узгоджено) – галузь наукових досліджень, мета яких полягає у виявленні загальних закономірностей у процесах; стійкості та деструкції упорядкованих тимчасових простіших структур у системах різної складності [1, с. 56-57].

Сучасна синергетика стала визнаним міждисциплінарним напрямком наукових досліджень, яке займається вивченням складних систем, що складаються з багатьох елементів, частин, компонентів, які взаємодіють між собою складним (нелінійним) чином. З цього випливає таке положення: нерівномірність сприймалися з позиції класиків як негативне явище, яке необхідно уникати, все ж, з позиції теорії синергетики, нелінійність, незамкненість та нерівномірність – це необхідні умови процесу самоорганізації, відтак не має негативного відтінку.

Так, будь-який економічний процес характеризується певними об'єктивними та закономірними зв'язками, які систематично повторюються. Економіка система сучасності є складною, багаторівневою, динамічною та інформаційною, у ній виявляється велика кількість різноманітних відношень, зв'язків та закономірностей. Тому низка прямих та опосередкованих чинників формують нерівномірність як характерну рису міжнародної господарської системи.

Звертаючись до питання висвітлення проблем нерівномірності економічного розвитку через призму теорії синергетики у працях

вітчизняних науковців, варто звернути увагу на думки професора Я. М. Столярчук, яка зазначає, що «...у теорії синергетики, по суті, найчіткіше простежується нівелювання негативного відтінку нерівномірності економічного розвитку, оскільки вона вважається такою самою органічною його складовою, як стабільність, стійкість та рівновага, і забезпечує високий динамізм та безперервність розвитку світогосподарських процесів. Саме такий методологічний підхід узяли на озброєння багато сучасних дослідників глобалізаційних процесів, котрі наголошують на необхідності забезпечення ефективної інституціоналізації загальносвітового розвитку з метою надання йому цілісності та ціле впорядкованості» [7, с. 36].

У цілому, ідея, згідно з якою, нерівномірність економічного розвитку світового господарства виправдовується, навряд чи може бути всерйоз опонована. Проте, форма вираження даної ідеї не виглядає такою ж незаперечною. Постановка питання про нерівномірність, як властивість світової економіки, що складається з ряду елементів – національних економік, видається не до кінця обґрунтованою.

Що стосується теорії полюсів зростання, уперше вона була сформована французьким економістом Ф. Перру. Представники даного напрямку (Г. Мюрдаль, А. Хрішман, Ф. Перру, Х. Річардсон, Дж. Фрідман, Т. Хегерstrand, Ж-Р. Будвіль, П. Потье, Х. Р. Ласуен, Х. Гірш) припускали, що до складу просторових факторів росту економіки можна включити спеціалізацію або територіальний поділ праці, транспортні витрати, мобільність факторів виробництва, центральне місце й фактори його виникнення, агломерацію виробництва й фактори її утворення, інновацію й інші нововведення, а також канали їхнього поширення, локалізацію, пов'язану з нерухомістю факторів виробництва й індивідуальних особливостей регіонів. Так, відповідно до теорії полюсів зростання Ф. Перру зростання економіки країни у всіх регіонах не відбувається рівномірно, воно зі змінною інтенсивністю з'являється в деяких пунктах або полюсах зростання та поширюється по різних каналах і з певним змінним ефектом на всю економіку, тобто регіональне зростання не забезпечує зближення рівнів економічного розвитку територій, хоча можливо деякі вирівнювання шляхом каналів розподілу «ефектів збільшення» [6, с. 14]. У сучасному світі втілення теорії полюсів зростання відбувається через створення вільних економічних зон, технополісів, технопарків. Наприклад, у деяких країнах поляризація відбувається в результаті модернізації і реструктуризації промислових і аграрних регіонів, створення в них передових (інноваційних) виробництв разом з об'єктами сучасної виробничої і соціальної інфраструктури або створення промислових вузлів й особливо територіально-виробничих комплексів, які дають змогу комплексно освоювати природні ресурси, створюючи технологічний ланцюжок виробництва разом із об'єктами інфраструктури [4, с. 180].

Послідовник теорії Ф. Перру Дж. Фрідман вважає, що нерівномірність економічного росту і процес просторової поляризації неминуче породжують диспропорції між центром і периферією. Периферія не є однорідним полем, вона підділяється на так звану внутрішню, що тісно пов'язана з ядром і безпосередньо одержує від нього імпульси розвитку, і зовнішню, на яку ядро практично не спричиняє впливу. Тому центр і периферія на будь-якому просторовому

рівні пов'язані між собою потоками інформації, капіталу, товарів, робочої сили. Саме напрямком цих потоків визначає характер взаємодії між центральними і периферійними структурами [2].

На думку Дж. Фрідмана, формування центрів (ядер) зростання протікає в чотири стадії [11]:

1) наявність великого числа локальних ядер, які мало впливають на оточуючі їх території;

2) поява одного найбільш потужного ядра, який формує полюс росту і робить вплив на широку периферію;

3) розвиток ще декількох ядер, що приводить до утворення поліцентричної структури полюсів зростання;

4) злиття ядер в структуру з потужною периферією.

Отже, вважаємо за потрібне погодитись з твердженнями професора Я. М. Столярчук, яка зазначає: «...теорія полюсів зростання розглядає диспропорційність економічного розвитку через призму нерівноправних відносин між центром та периферією, які породжують дві діаметрально спрямовані тенденції – тенденцію до залучення, або дифузії, економічного зростання та тенденцію до його гальмування... Нерівномірність економічного розвитку розглядається в рамках однополюсного світу, що істотно обмежує можливості теорії полюсів зростання у поясненні її природи та рушійних сил» [7, с. 29].

Теорія зовнішньої залежності (екзогенного зростання, або екстернальних чинників), яка виникла на фоні концептуального переосмислення економічного розвитку у 70-х роках ХХ століття, у зв'язку з енергетичною, а потім економічною кризою, що спростували суто кількісний підхід до адекватної оцінки стану економічного зростання. Основою теорії є схема взаємовідносин «центр – периферія», яка почала формуватися ще в ХV ст. одночасно з зародженням світового ринку. Теорія розглядалася прибічниками марксизму й мала досить яскраве політичне забарвлення (С. Амін, Ф. Борншир, Ф. Кардосо та Е. Фалетто, О. Санкель, Г. Зіммер і Р. Пребіш). Т. Сантос детермінує поняття «залежності», як «історичну умову, яка формує певну структуру світової економіки так, що вона вигідна деяким країнам, шкодячи іншим, обмежуючи можливості розвитку цих країн» [13, с. 226]. Причину диспропорційності економічного розвитку світового господарства прихильники вбачали в залежності економік країн, що розвиваються від колишніх метрополій та міжнародних фінансових організацій, у наявності структурних та інституційних дисбалансів в економіці [5]. Теорія зовнішньої залежності є актуальною і сьогодні, а оскільки незважаючи на те, що концентрація сировинно-ресурсного потенціалу в країнах, що розвиваються є доволі високою для стрімкого економічного розвитку, все ж, дохід від даних запасів, як правило, акумульовано в руках ТНК. Відповідно, робоча сила країн, що розвиваються залишається низькооплачуваною та некваліфікованою. Збереження та інвестиції в цих країнах знаходяться на низькому рівні, наслідком чого є нерівномірне зростання доходів населення, що веде до нерівномірного економічного розвитку.

М. Тодаро та С. Сміт зазначають, що в загальному підході, в рамках теорії зовнішньої залежності виділяють три наукові течії: неоколоніальну модель залежності, хибну парадигму розвитку і теорію дуального розвитку [15, с. 15]:

неоколоніальна модель залежності визначає причину взаємозалежності країн світу, перш за все,

через історичну еволюцію високо нерівномірної міжнародної капіталістичної системи на основі відносин колишніх колоній та метрополій. Незалежно від того, чи багаті країни експлуатують бідні країни в міжнародному масштабі, чи нігелюють, співіснування їх відбувається через призму відносин «центр-периферія» та відповідно нееквівалентного обміну у взаємній торгівлі, експлуатуючи природні та людські ресурси країн, що розвиваються. У країнах, що розвиваються формуються соціальні верстви, наприклад, приватні підприємці, землевласники, вищі державні чиновники, політичні еліти, які зацікавлені в збереженні статусу-кво, тобто їм «недорозвиненість» є вигідною з метою реалізації власних інтересів. Як наслідок в країні відбуваються реформи, які не в силі змінити ситуацію, що призводить до економічної відсталості країн та посиленій залежності їх на міжнародній арені. Революційна боротьба або докорінна перебудова світової капіталістичної системи пропонуються як методи розв'язання проблеми;

хибна парадигма розвитку полягає в невдалим спробах науковців та теоретиків з розвинених країн світу пояснити суть світової економічної асиметрії, оскільки при розробці теоретичних моделей та наукових концепцій подолання відсталості низка факторів залишається поза увагою. Інституційні фактори, яким повинна надаватися значна роль, оскільки їх неефективність проявляється в існуванні різноманітних традиційних племінних, кастових, класових структурах, вкрай нерівномірному розподілі землі та інших ресурсів, диспропорційними умовами для здійснення бізнесу, доступу до кредитів, контролем з боку окремих груп і фінансово-економічних кланів над основними галузями економіки та ін., залишаються поза увагою. Відповідно провідні «західні» теорії виправдовуються лише в інтересах провідних елітних груп, надаючи інституційним та структурним реформам лише поверхневе значення;

теорія дуального розвитку аргументується ієрархічною побудовою світу, яка створює відносини певної підпорядкованості між країнами світу, що, на нашу думку, виправдовує світову економічну нерівномірність. Міжнародне співіснування розвинутих країн та країн, що розвиваються не є лише історичним феноменом, який зміниться з часом, а з огляду на те, що розрив між країнами збільшується, прихильники теорії пояснюють це незацікавленістю вищих ієрархічних структур у розвитку нижчих.

На нашу думку, радикальність теорії зовнішньої залежності є актуальною в сучасних господарських реаліях, адже, насправді, політичні та господарські інтереси розвинених країн визначають міру розвитку країн «третього світу». Слаборозвиненість є наслідком навмисного просування власних інтересів, а не відставання у сферах буття. Ми погоджуємось з професором А. Френком, який зазначає, що «історичні дослідження доводять, що сучасні відсталості є історичним продуктом минулих і сучасних економічних відносин між слаборозвиненими країнами бувшими колоніями та розвиненими метрополіями. Крім того, ці відносини є невід'ємною частиною капіталістичної системи у світовому масштабі в цілому» [10, с. 3]. Тому теорія зовнішньої залежності заслуговує уваги серед економічних доктрин, хоча, зауважуємо, що вона, швидше, констатує факт та генезу світової економічної нерівномірності, не приділяючи уваги методам боротьби з нею.

Висновки. Отже, до теперішнього часу були представлені різні концепції проблеми нерівномірності економічного розвитку, тимчасом як дебати відносно чинників та тенденції в поясненні рушіїв, котрі визначають рівень розвитку країн, далекі від завершення.

Список літератури:

1. Абдыкаримов Б. Синергетическая концепция образования для устойчивого развития / Абдыкаримов Б., Жанабаев З., Мукушев Б. // Вестн. высш. шк. – 2005. – № 11. – С. 56-57.
2. Бавико О. Е. Теоретико-методологічні основи розвитку регіонального економічного простору / О. Бавико. – «Ефективна економіка», 2012.
3. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире / Пер с англ. П. М. Кудюкина; под общей ред. Б. Ю. Кагарлицкого. – СПб. : Университетская книга, 2001. – 416 с.
4. Галяс В. Генезис теорії економічного простору / В. Галяс. – РОЗДІЛ V. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка – 200. – № 12. – С. 180.
5. Климко Г. Н. Основи економічної теорії. Політекономічний аспект: підручник / Г. Н. Климко. – К. : Вища школа, 1997. – 743 с.
6. Пельтек Л. В. Развитие региональной промышленной политики держави : теория, методология, механизмы : [монография] / Л. В. Пельтек. – Николаев : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 268 с. (ст. 14).
7. Столярчук Я. М. Глобальні асиметрії економічного розвитку : [монографія] / Я. М. Столярчук. – К.: КНЕУ, 2009. – 302 с.
8. Хуткий Д. О. Світ-система та світова система суспільств: порівняння теоретичних моделей / Д. О. Хуткий // Наукові записки: Соціологічні науки. – Том 70. – С. 8-12.
9. Anderson J. L. Explaining Long-term Economic Change. – CambridgeUniversityPress, 1995. – P. 10.
10. Frank A. The Development of Underdevelopment / James D. Cockcroft, Andre Gunder Frank, and Dale Johnson, eds., Dependence and Underdevelopment. Garden City. – New York : Anchor Books, 1972. – P. 3.
11. Fredann J. Urbanization Planning and National Development / J. Fredann. – Beverly Hills, London, 1973. – 345 p.
12. Harvey D. Limits to Capital / D. Harvey; 2nd ed. – London and New York : Verso, 2006.
13. Santos T. The Structure of Dependence / T. Santos? K.T. Fann and Donald C. Hodges, eds. // Readings in U.S. Imperialism. – Boston: Porter Sargent, 1971. – p. 226.
14. Solow R. M. A Contribution to the Theory of Economic Growth / R/ V/ Solow // Quarterly Journal of Economics. – 1956. – 70(1). – P. 65-94.
15. Torado M. Economic development/ M. P. Torado, S. C. Smith// Addison Wesley. United Kingdom– 2003. – P. 115.
16. Wallerstein I. The Essential Wallerstein. – New York : TheNew Press, 2000.– 471 p.

Кирилич Х. В.

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ НЕРАВНОМЕРНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

Резюме

Приведен комперативный анализ концепционного измерения проблемы неравномерности экономического развития, определены основные теории, сущность которых заключается в объяснении, оправдании или опровержении мирового экономического неравномерности, а именно теории мировых систем, антиглобалистская теория, теория синергетики, теория полюсов роста, теория внешней зависимости.

Ключевые слова: неравномерность экономического развития, теория мировых систем, антиглобалистская теория, теория синергетики, теория полюсов роста, теория внешней зависимости, неокOLONIALная модель зависимости, ложная парадигма развития, теория дуального развития.

Kyrylych Ch. V.

Lviv National University named after Ivan Franko

CONCEPTUAL DIMENSION OF THE PROBLEM OF UNEVEN ECONOMIC DEVELOPMENT OF WORLD ECONOMY

Summary

Shows komperatyvnyy conceptual analysis of measurement problems of uneven economic development, the main theory, the essence of which lies in the explanation, justification or refutation of global economic unevenness, such as: the theory of world systems, anti-globalization theory, the theory of synergetics, the theory of growth poles, external dependence theory.

Key words: uneven economic development, world-system theory, anti-globalization theory, synergetics theory, the theory of growth poles, external dependence theory, neocolonial dependence model, wrong paradigm of development, the theory of the dual dependence.

УДК 339.9: 339.7.01

Кирилич Ю. В.

Львівський національний університет імені Івана Франка

ВПЛИВ ФІНАНСОВОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті досліджено питання виміру впливу фінансової лібералізації щодо ефективності державного управління. Автором з цією метою використано індекс FINREFORM, який ґрунтується на 7 компонентах фінансової лібералізації: кредитному контролю; контролі відсоткових ставок; вхідних бар'єрах; державному регулюванні банківського сектору; політики на ринку цінних паперів; обмежень рахунку капітальних операцій; частки держави в банківському секторі. Дослідження показали, що фінансова лібералізація в Європі має значний позитивний вплив на ефективність державного управління.

Ключові слова: фінансова лібералізація, державне регулювання, індекс FINREFORM, право голосу та підзвітність, верховенство закону, регуляторна політика, боротьба з корупцією, ефективність роботи уряду.

Постановка проблеми. Питання впливу фінансової лібералізації на показники ефективності державного управління є відкритим та надзвичайно важливим. Це зумовлено тим, що перші погляди на фінансову лібералізацію були лише в контексті оптимального розміщення капіталу, що мало б пришвидшити економічне зростання, однак, з часом стало зрозумілим, що фінансова лібералізація дає значно ширші наслідки та впливи. Зокрема, фінансова лібералізація також сприяє перетіканню технологій, може призвести до фінансової вразливості країни або структурно змінити її економіку. Вона має обмежений в часі вплив, зазвичай, незворотній і процес фінансових обмежень не приводить країну в вихідне положення. Зрозуміло, що такі масштабні зміни впливають і на проблеми державного управління. Актуальним є питання виміру впливу фінансової лібералізації щодо ефективності державного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах Р. Голдсмита [1], Р. Маккіннона [2] та Е. Шоу [3] обґрунтування фінансової лібералізації побудовано на найефективнішому розміщенні капіталу і заощаджень на мікрорівні, що має спричинити економічне зростання у довготривалій перспективі. Взаємовплив фінансової відкритості та економічного зростання розглядали, зокрема, Б. Ейхенґрін [4], Х. Едісон [5] та П. Генрі [6]. Проблеми розвитку фінансової системи в умовах фінансової глобалізації досліджено у працях вітчизняних учених-економістів В. Гесця, Б. Губського, З. Варналія, Т. Васильціва, О. Власюка, В. Венгер [7], З. Луцишин [8], Д. Лук'яненка, Ю. Макогона, Н. Шелудько [9], І. Школьник [10], Л. Яремко [11] та ін.

Однак актуальна проблема впливу фінансової лібералізації на ефективність державного регулювання ще не набула достатнього узагальнення в економічній науковій літературі, без чого неможливо формувати дієву систему методів державного впливу на розвиток економіки.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Таким чином, у сучасних умовах розвитку потребує детального дослідження проблема вивчення існуючого зв'язку між фінансовою глобалізацією та державним управлінням, який оцінюється в показниках рівня корупції, політичної стабільності та рівень якості державних послуг.

З одного боку, фінансова глобалізація сама по собі продукує додаткові переваги – посилює фінансовий розвиток та сприяє довготривалому зростанню, а з іншого – фінансова лібералізація викликає надмірний ризик фінансової системи, підвищує макроекономічну волатильність та приводить до

частіших криз, проте вона стала невід'ємною частиною процесу глобалізації світової економіки. Вплив фінансової лібералізації та її наслідки досі залишаються актуальними питаннями, відкритими для дискусій.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначити за допомогою економіко-математичних методів рівень впливу фінансової лібералізації на ефективність державного управління.

Виклад основних результатів дослідження. Процес лібералізації економіки відкриває простір для діяльності механізмів ринкового регулювання, зменшення втручання держави в економіку в адміністративних формах та у вигляді прямого державного регулювання. Основним завданням держави стає створення та збереження конкурентного середовища, сприяння розвитку бізнесу, поліпшення судочинства.

Світовий банк з 1996 року проводить щорічний моніторинг ефективності державного управління на основі 40 джерел баз даних із понад 30 організацій у 215 країнах та надає оцінку 6 ключовим індексам [12]:

- право голосу та підзвітність, що показує можливість громадян країни брати участь у виборах влади, а також свободу вираження думок, асоціацій та засобів масової інформації;
- політична стабільність і відсутність насильства;
- ефективність роботи уряду щодо якості державних послуг, якості роботи державних служб і ступінь їхньої незалежності від політичного тиску;
- регуляторна політика, яка відображає здатність уряду формувати та реалізовувати раціональні правила щодо сприяння і розвитку приватного сектора;
- верховенство закону, що відображає міру сприйняття і впевненості різних суб'єктів в дотриманні нормативних актів, зокрема, ефективності примусового виконання договорів, дотримання майнових прав, чесності каральних органів та правосуддя щодо злочинності й насильства;
- боротьба з корупцією, що відображає ступінь використання державної влади в корисливих цілях, а також «захоплення» державної влади елітою у приватних інтересах.

Для розуміння впливу фінансової лібералізації на ефективність державного управління проведемо відповідне дослідження. Візьмемо вищезгадані індекси, за винятком політичної стабільності та відсутності насильства, для 35 європейських країн, а саме: Австрія, Бельгія, Білорусь, Болгарія, Великобританія, Греція, Данія, Естонія, Ірландія, Ісландія, Іспанія, Італія, Кіпр, Латвія, Литва, Люксембург, Мальта, Нідерланди, Німеч-

чина, Польща, Португалія, Румунія, Словаччина, Словенія, Угорщина, Фінляндія, Франція, Чехія, Швеція, Швейцарія, Хорватія, Україна, Туреччина, Норвегія та Росія.

Припустимо також, що фінансову лібералізацію буде відображати індекс FINREFORM [13], який наведено для вищезгаданих країн за винятком Хорватії, Кіпру, Ісландії, Люксембурга, Мальти, Словаччини та Словенії. Цей індекс ґрунтується на 7 компонентах фінансової лібералізації: кредитному контролю; контролі відсоткових ставок; вхідних бар'єрах; державному регулюванню банківського сектору; політики на ринку цінних паперів; обмеженні рахунку капітальних операцій; частки держави в банківському секторі. Кожна компонента оцінюється від 0, що означає повне обмеження до 3 – повна лібералізація, потім результати сумують. Кінцеве значення індексу FINREFORM стандартизується від 0 до 1. У згаданій роботі наведено базу даних для 91 країни в період 1975-2005 років, для яких, зокрема, використано складові, пов'язані з регулюванням цінних паперів.

Таким чином, для економетричних досліджень одержуємо перетини вищезгаданих баз даних упродовж 1996–2005 років. Саме цей період можна вважати найактивнішим у процесах фінансової лібералізації в Європі. Вибір індексу FINREFORM в порівнянні з індексом KAOPENM. Чіна та Х.Іто [14], зумовлений його більшою еластичністю. Однак, зауважимо, що не існує спостережень FINREFORM для Ісландії, Кіпру, Люксембургу, Мальти, Словенії, Словаччини та Хорватії.

Розділимо вищезгадані 35 країн на дві групи:

- країни з ринковими економіками та наближені до них;
- країни колишнього соціалістичного табору.

До постсоціалістичних країн відносять: Білорусь, Болгарію, Естонію, Латвію, Литву, Польщу, Румунію, Російську Федерацію, Словаччину, Словенію, Україну, Угорщину, Чехію, Хорватію. До ринкових економік решту досліджуваних країн.

Поділ країн на дві групи дає можливість визначити якісні та кількісні відмінності впливу фінансової лібералізації на ефективність державного управління у Східній та Західній Європі. Краще зрозуміти механізми функціонування фінансової лібералізації та її наслідки. Основна гіпотеза полягає в тому, щоб виявити позитивний вплив фінансової лібералізації на показники ефективності державного управління.

Для оцінки досліджуваних параметрів використовуємо допустимий узагальнений метод найменших квадратів для панельних регресій (panel EGLS).

Коефіцієнти залежностей FINREFORM від 5 використаних індексів, а саме: право голосу та підзвітність, ефективність роботи уряду, регуляторну політику, верховенство закону, боротьбу з корупцією обчислені та наведені в таблиці 1.

Зазначимо, кожна залежність є кросс-секційною моделлю для панельних даних, які враховують випадкові ефекти об'єктів (окремих країн) і фіксовані часові ефекти. Отже, панельні дані охоплюють 196 спостережень впродовж 1996–2005 років для 28 вищезгаданих країн Європи.

Статистично значущі відмінності між різними кроссекційними та часовими ефектами встановлено на підставі тесту множників Лагранжа та статистики Гаусмана. Статистичну значущість коефіцієнтів впливу фінансової лібералізації на 5 зазначених вище індексів встановлено на підставі t-статистики Стьюдента (значущими вважаємо призначенні $prob < 0,05$).

Аналізуючи результати дослідження можна стверджувати, що фінансова лібералізація в Європі має значний позитивний вплив на ефективність державного управління. Зрозуміло, що в більшості країн фінансова лібералізація тривала десятиліттями і значна частина досліджуваних країн не починали процес лібералізації з нуля. З впевненістю можна сказати, що фінансова лібералізація має набагато ширший та значущий вплив ніж вважалося до тепер. Зокрема, як видно з дослідження, найбільший ефект фінансової лібералізації прослідковується на процесах боротьби з корупцією та ефективності роботи уряду.

Несподіваним є результат впливу фінансової лібералізації на ефективність державного управління в групі країн з ринковими економіками, які не мають постсоціалістичного минулого. Виявилося, що вплив фінансової лібералізації для них є значно більшим (майже вдвічі) ніж для постсоціалістичних країн. Зокрема, при умовній зміні індексу FINREFORM від 0 до 1 в групі країн з розвинутими ринковими економіками коефіцієнт ефективності роботи уряду збільшиться на 2.67 пунктів, що при його діапазоні значень [-2.5; 2.5] означає більш ніж 50%.

З таблиці також видно, що для індексу, який відображає право голосу та підзвітність у групі постсоціалістичних країн отримані результати не є статистично значущими. Решта коефіцієнтів є значущими та знаходяться в діапазоні від 0.62 до 1.38 для постсоціалістичних країн та від 1.20 до 2.81 для розвинених ринкових економік, відповідно.

Факт того, що вплив фінансової лібералізації на ефективність державного управління вагомий для розвинених ринкових економік можливо

Таблиця 1

Коефіцієнти залежностей FINREFORM від індексів*

	Ринкові економіки Європи			Постсоціалістичні країни		
	Коефіцієнт	Стандартне відхилення	Ймовірність	Коефіцієнт	Стандартне відхилення	Ймовірність
Право голосу та підзвітність (VOICE)	1.204123	0.226333	0,0000	0.258343	0.179807	0,1525
Верховенство закону (RULE)	1.892287	0.234204	0,0000	0.623661	0.167220	0,0003
Регуляторна політика (REG QUALITY)	1.825249	0.230614	0,0000	1.006850	0.200840	0,0000
Боротьба з корупцією (CONTROL)	2.816487	0.324865	0,0000	1.363177	0.249763	0,0000
Ефективність роботи уряду (GOV_EF)	2.676408	0.246502	0,0000	1.378302	0.204867	0,0000

* Розраховано автором

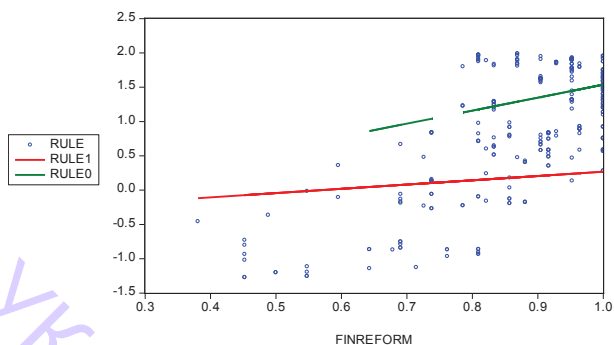


Рис. 1. Залежність між фінансовою лібералізацією та індексами Верховенство закону (розраховано автором)

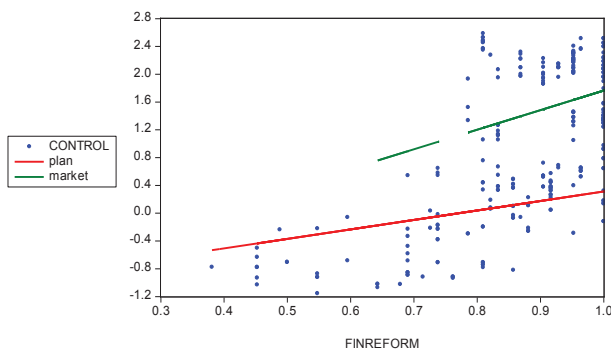


Рис. 3. Залежність між фінансовою лібералізацією та індексами Боротьба з корупцією (розраховано автором)

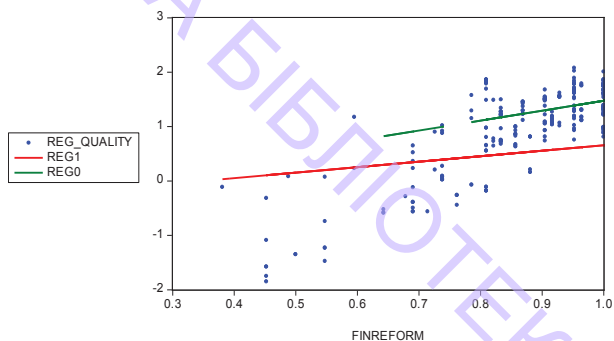


Рис. 2. Залежність між фінансовою лібералізацією та індексами Регуляторна політика (розраховано автором)

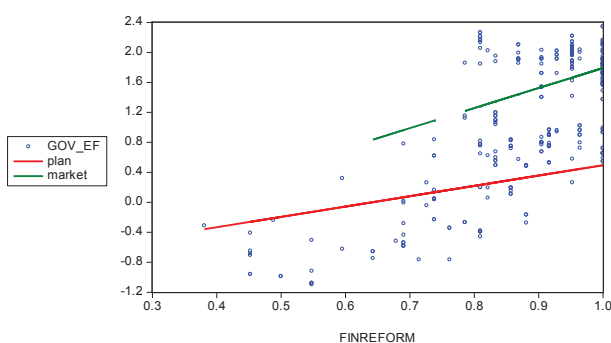


Рис. 4. Залежність між фінансовою лібералізацією та індексами Ефективність роботи уряду (розраховано автором)

пояснити тим, що передумовами для проведення ефективної фінансової лібералізації повинні бути: розвинена та конкурентноспроможна економіка, збалансована фінансова система, громадянське суспільство, незалежність судової, виконавчої та законодавчої гілок влади тощо.

Графічно, побудовані моделі дають змогу провести лінію регресії для кожної країни. Однак на рисунках 1–4 наведено графіки для досліджуваних груп країн, відповідно, з розвинутими ринковими економіками та постсоціалістичними. Ці графіки відображають залежність між фінансовою лібералізацією та досліджуваними індексами, але не є лінією регресії для усіх точок спостереження.

Нахили ліній на графіках показують граничні ефекти впливу фінансової лібералізації на кожен з досліджуваних індексів, отриманих на основі узагальнення результатів моделювання, проведеного з врахуванням індивідуальних спостережень

для кожної групи країн, зокрема. У всіх графіках верхня лінія відповідає групі країн з розвиненими ринковими економіками, а нижня – постсоціалістичним країнам.

Висновки. Результати досліджень лише підтвердили гіпотезу про значний вплив фінансової лібералізації на ефективність державного управління в досліджуваних європейських країнах. Це підтверджує актуальність фінансової лібералізації, як виду стратегічної політики розвитку та ставить низку питань про механізми та шляхи її реалізації. Несподіваним є те, що вплив фінансової лібералізації в розвинених економіках має більш значний ефект, ніж для постсоціалістичних країн. Це важливо для розуміння впливу початкових умов для країн у процесах фінансової лібералізації. Очевидно, що позитивним є роль фінансової лібералізації в боротьбі з корупцією та ефективністю роботи урядів.

Список літератури:

1. Goldsmith R. W. Financial Structure and Development/ R. W. Goldsmith. – New Haven : Yale University Press, 1969.
2. McKinnon R. I. Money and Capital In Economic Development/ R. I. McKinnon. – Washington, DC: The Brookings Institution, 1973.
3. Shaw E. S. Financial Deepening In Economic Development/ E. S. Shaw. – New York: Oxford University Press, 1973.
4. Eichengreen B. International Financial Crises: Is the Problem Growing/ B. Eichengreen// Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte. – 2002. – № 1–. P. 89–104.
5. Edison H. Capital Account Liberalization and Economic Performance: Survey and Synthesis/ H. Edison, R. Levine, L. A. Ricci, T. Sluik// IMF Staff Papers. – 2004. – Vol. 51. – № 2. – P. 220-256.
6. Henry P. B. Capital Account Liberalization: Theory, Evidence, and Speculation/ P. B. Henry// Journal of Economic Literature. – 2007. – Vol 45. – № 4. – P. 887-935.
7. Венгер В. В.. Фінанси : навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Венгер. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 432 с.
8. Луцишин З. Асиметрія та парадокс фінансової глобалізації / З. Луцишин // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 8-9. – С. 78-103.
9. Шелудько Н.М. Сучасні тенденції фінансової глобалізації та їх вплив на розвиток банківського сектору України / Н.М. Шелудько // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 2. – С. 85-92.

10. Школьник І.О. Фінансовий ринок України в контексті розвитку світової фінансової системи : монографія / І.О. Школьник. – Суми : УАБС НБУ, 2007. – 98 с.
11. Яремко Л.А. Фінансова глобалізація і національна економіка / Л.А. Яремко // Фінанси України. – 2003. – № 10. – С. 45-55.
12. Kaufmann D. Governance Indicators: Where Are We and Where Should We Be Going? / D. Kaufmann, K. Aart // World Bank Research Observer. – Spring 2008.
13. Abiad A. A New Database of Financial Reforms / A. Abiad, E. Detragiache, T. Tressel // IMF Staff Papers. – 2010. – Vol. 57. – No. 2. – P. 281-302.
14. Chinn M. D. A New Measure of Financial Openness / M. D. Chinn, H. Ito // Journal of Comparative Policy Analysis. – 2008. – Vol. 10. – P. 309-322.

Кирилич Ю. В.

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ ЛИБЕРАЛИЗАЦИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Резюме

В статье исследованы вопросы измерения влияния финансовой либерализации на эффективность государственного управления. Автором этой целью использованы индекс FINREFORM, основанный на 7 компонентах финансовой либерализации: кредитном контроле, контроле процентных ставок; входных барьерах; государственном регулировании банковского сектора, политики на рынке ценных бумаг; ограничении счета капитальных операций; доли государства в банковском секторе. Исследования показали, что финансовая либерализация в Европе имеет значительное положительное влияние на эффективность государственного управления.

Ключевые слова: финансовая либерализация, государственное регулирование, индекс FINREFORM, право голоса и подотчетность, верховенство закона, регуляторная политика, борьба с коррупцией, эффективность работы правительства.

Kyrylych Yu. V.

Lviv National University named after Ivan Franko

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LIBERALIZATION ON THE EFFECTIVENESS OF PUBLIC ADMINISTRATION

Summary

In the article investigates the issue of measuring the impact of financial liberalization on the efficiency of public administration. The author used the code FINREFORM, which is based on 7 components of financial liberalization: credit controls, interest rate controls, entry barriers, government regulation of the banking sector, the policy on the stock market, capital account restrictions on operations, the state's share of the banking sector. Research has shown that financial liberalization in Europe has a significant positive impact on the efficiency of public administration.

Key words: financial liberalization, government regulation, code FINREFORM, a voice and accountability, rule of law, regulatory policy, the fight against corruption, the efficiency of government.

УДК 339.187.44:368(447)

Кисільова І. Ю.

Запорізький національний університет

ВПЛИВ ФРАНШИЗИ НА РОЗПОДІЛ СТРАХОВОГО ЗБИТКУ

У статті досліджено вплив розміру безумовної франшизи на розподіл величини страхового збитку та розмір страхових тарифів в ризиковому страхуванні. Отримано розподіл збитку у вигляді експоненціального закону. Розраховано характеристики закону розподілу.

Ключові слова: безумовна франшиза, збиток, диференціальна функція розподілу, тарифна ставка.

Постановка проблеми. Однією з умов, яка визначається при укладанні договору майнового страхування є франшиза, яка визначає частку збитків, що не відшкодовується страховиком. Франшиза є специфічним інститутом, притаманним лише страхуванню. Як правило, розмір франшизи визначається за узгодженням сторін та зазначається в договорі та правилах страхування. Застосування франшизи призводить до зменшення страхового тарифу, внаслідок чого страховальник заощаджує кошти. Однак дослідженню, розробці методик розрахунку франшизи та оцінці впливу франшизи на характеристики розподілу величини збитку та розмір страхових тарифів в літературі не приділялося достатньої уваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду різних аспектів укладання договору страхування присвячено дослідження В.Д. Базилевича, А.А. Гвозденка, Ю.М. Журавльова, М.Г. Каминкіної, С.С. Осадця та інших. В цих роботах франшиза розглядається як одна із умов договору страхування; увагу зосереджено на особливостях застосування, юридичних аспектах та особливостях різних видів страхової франшизи. Також дослідженням особливостей практичного застосування франшиз присвячено роботи В.В. Пузаненка, Н. Мірошниченка, М. Пусліса.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У вищезказаних роботах розглянуто практичні та юридичні аспекти застосування умовної та безумовної франшизи, особливості розрахунку розміру відшкодувань за умов наявності франшизи та особливості укладання договорів страхування при наявності франшизи тощо, а статистичним дослідженням впливу франшизи на розподіл збитку та величину нетто-тарифу присвячено окремі роботи, зокрема робота В.Б. Кутукова. Однак в цій роботі не розглядається побудова диференціальної функції розподілу величини збитку.

Мета статті. Головною метою статті є дослідження впливу безумовної франшизи на розподіл збитку та величину тарифної ставки в ризиковому страхуванні.

Виклад основного матеріалу. Застосування франшизи передбачено статтею 18 ЗУ «Про страхування» [1]. Франшиза – це одна із форм участі страхувальників в покритті збитків. Іншою формою такої участі є власне утримання страхувальника, тобто той обґрунтований рівень страхової суми, в межах якої страхувальник залишає на своїй відповідальності частку страхових ризиків.

Завдяки застосуванню франшиз досягається поєднання самострахування, тобто залишення на власній відповідальності певного ризику з метою економії коштів на страхування, зі, власне, страхуванням. Звільнення страховика від виплати незначного збитку у розмірі встановленої франшизи дає йому змогу зробити простішим і дешевшим

порядок отримання відшкодування, і, відповідно, знизити тарифні ставки.

Розрізняють абсолютну (в абсолютних одиницях (гривнях)) та відносну (у відсотках від страхової суми) франшизу. Абсолютна франшиза визначає виражену в грошовій формі мінімальну частку збитку, при перевищенні якої виникають зобов'язання страховика [2, с. 123].

В практичній діяльності розрізняють такі види франшиз [2, с. 123,124]:

1. Умовна франшиза звільняє страховика від відповідальності за збитки, які не перевищують розмір франшизи (збитку дорівнює нулю). В протилежному випадку збитку сплачується повністю.

2. Безумовна франшиза незалежно від обставин вилучається із зобов'язань страховика та звільняє страховика від сплати розміру франшизи незалежно від величини збитків. При безумовній франшизі страхове відшкодування завжди дорівнює різниці між збитками та безумовною франшизою.

Отже, відмінність між умовною та безумовною франшизами полягає в тому, що безумовна франшиза – це частина збитку, що не підлягає відшкодуванню страховиком і вираховується при розрахунках страхової виплати із її загальної суми, а умовна франшиза означає, що у випадку, коли збитки по страховому випадку не перевищили розміру франшизи, то страхове відшкодування не сплачується, а в тому випадку, якщо збитки перевищують розмір франшизи, страхова виплата здійснюється повністю.

Зазначається, що з точки зору страхувальника умовна франшиза набагато вигідніша, тому що навіть якщо розмір збитків перевищить розмір франшизи, страхове відшкодування буде сплачено в повному обсязі. Однак застосування умовної франшизи обійдеться страхувальнику дорожче.

Виділяють такі функції франшизи [3, с. 390, 391]:

1) оптимізує: франшиза допомагає страховикові не відшкодувати збитки, що відповідають постійним та (або) незначним ушкодженням об'єкта, вартість яких дорівнює або сумарна рівню витрат страховика на експертизу цих ушкоджень;

2) превентивна: франшиза дисциплінує страхувальника щодо ретельного виконання умов договору страхування; дотримання ним принципу граничної сумлінності шляхом дбайливого ставлення до об'єкту страхування та запобігання настанню незначних збитків, по яких страховик звільняється від страхових зобов'язань;

3) компенсаторна: франшиза компенсує частину можливих майбутніх витрат на експертизу страхових випадків, які можуть статися по укладених договорах страхування;

4) захисна: франшиза захищає від можливих проявів шахрайства страхувальників для незаконного отримання останнім відшкодувань по неіснуючих збитках невеликого розміру.

Отже, договір із франшизою передбачає, що страховальник погоджується прийняти на себе збиток, який не перевищує деякої границі Φ (франшизи). При наявності франшизи розмір страхового збитку завжди менший за розмір збитку, що призводить до зменшення страхової премії [4].

Розглянемо страхування майна громадян і будемо вважати, що всі статистичні дані щодо страхових випадків сгруповані в порядку зростання.

Введемо позначення X_i (%) – розмір збитку. По результатам діяльності попередніх років відома ранжована вибірка результатів (n – обсяг вибірки) про величину збитків страховальників:

$$X_1 \leq X_2 \leq X_3 \leq \dots \leq X_n \quad (1)$$

По результатам вибірки будемо інтервальний ряд відносних частот. При цьому кількість інтервалів рекомендується брати від 6 до 15. Для ранжованої вибірки визначаємо відносні частоти, які розраховуються по формулі:

$$W_i = \frac{m_i}{n} \quad (2)$$

де m_i – кількість значень збитку X_i , які потрапляють в інтервал з номером i .

Нехай Δ_i – довжина інтервалу. Тоді на кожному i -му інтервалі як на основі будемо прямокутник, площа якого дорівнює W_i , а висота цього прямокутника буде дорівнювати $h_i = W_i / \Delta_i$. В результаті отримаємо ступенчасту фігуру – гістограму розподілу, аналог емпіричної густини ймовірностей [5, с. 225].

Надалі виникає питання – як по даним вибірки визначити густину розподілу величини збитку. Для конкретної вибірки обирається гіпотетична функція розподілу $F(x)$ і перевірка адекватності вибору проводиться по критерію згоди χ^2 [5, с. 213] наступним чином:

- На підставі $F(x)$ обчислюємо ймовірність попадання в часткові інтервали – значення p_i ;
- Знаходимо добутки $n \cdot p_i$, де n – обсяг вибірки;
- Розраховуємо вибірково статистику наступним чином:

$$\chi^2 = \sum \frac{(m_i - np_i)^2}{np_i} \quad (3)$$

Відомо [5, с. 213], що незалежно від виду $F(x)$ при розподіл $n \rightarrow \infty$ наближається до розподілу χ^2 із кількістю ступеней волі

$$v = k - r - 1, \quad (4)$$

де k – кількість інтервалів; r – кількість параметрів в законі розподілу.

Задамо рівень значимості α та по таблиці розподілу χ^2 знайдемо квантіль $\chi^2(v, \alpha)$ та порівняємо його із розрахунковим значенням χ^2 [5, с. 214]. Якщо $\chi^2 < \chi^2(v, \alpha)$, то обраний закон $F(x)$ узгоджується із вибіркою та результатами статистичних даних.

Дослідимо розподіл величини збитку, визначимо його статистичні характеристики та дослідимо вплив франшизи на величину нетто-тарифу в страхуванні майна громадян по аналогії з [6, с. 253, 295].

Статистичні дані розмірів збитку зі страхування майна підприємств було згруповано в інтервальні статистичні ряди для випадкових величин. Побудовано гістограми статистичних рядів та висунуто гіпотезу про диференціальну функцію розподілу величини збитку.

Застосуємо 5% безумовну франшизу, і покажемо, що всі страхові випадки з розміром збитку менше 5% не виконуються, а розподіл кількості страхових випадків по розміру представляє собою

зсунутий вниз на 5% розподіл кількості страхових випадків по розміру збитку. При цьому загальна кількість вимог щодо збитку зменшується у порівнянні із випадком без франшизи. При цьому змінюється частота виникнення вимог певного розміру внаслідок зменшення загального числа вимог.

Аналогічно побудуємо гістограми та розрахуємо статистичні характеристики для розподілу збитку за наявності безумовної франшизи 10%. Маємо (рис. 1):

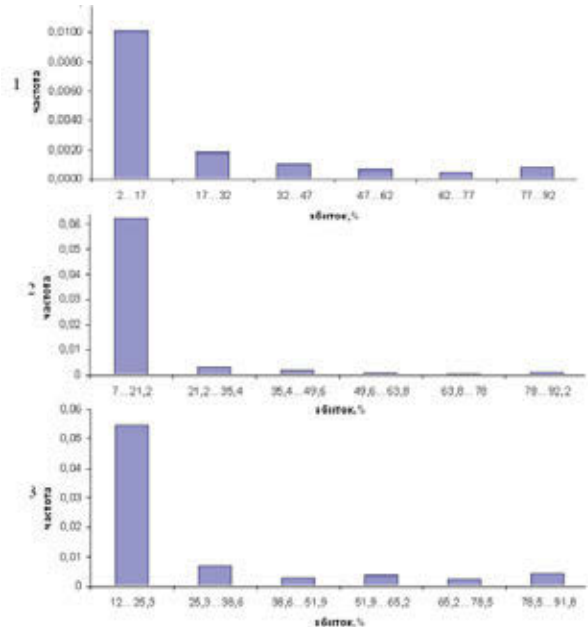


Рис. 1. Гістограми розподілу величини страхового збитку за наявності безумовної франшизи:
Розмір франшизи:
1 – без франшизи; 2 – 5%; 3 – 10%

Порівняння табличної та вибіркової величин критерію Пірсона χ^2 показує, що для всіх варіантів розмірів франшиз вибіркові значення критерію χ^2 не перевищують табличне. Отже, можна зробити висновок, що немає підстав для відхилення гіпотези про існування експоненціального розподілу розміру страхового збитку, і в загальному вигляді диференціальну функцію розподілу розміру збитку можна представити так [5, с. 81]:

$$f(\lambda) = \lambda \cdot \exp(-\lambda \cdot q) \quad (5)$$

де λ – параметр розподілу.

Визначимо числові характеристики, значення параметру розподілу λ [5, с. 82] диференціальних функцій величини страхового збитку для різних значень франшизи, та визначимо ймовірність страхового випадку (табл. 1):

Розрахуємо величину нетто-тарифа для різних варіантів розподілу збитку (для 95% довірчої ймовірності) за формулою [2, с. 133]:

$$T_n = y \cdot p + t_\beta \cdot y \cdot p \cdot \sqrt{\frac{1-p}{np}} \quad (6)$$

де y – збитковість страхової суми (примемо значення $y=0,5$), p – ймовірність страхового випадку, n – кількість договорів, β – довірча ймовірність, t_β – квантіль нормального розподілу.

Проаналізуємо вплив розміру безумовної франшизи на розмір страхового тарифу в страхуванні майна громадян (табл. 2):

Таблиця 1

Числові характеристики розподілу величини збитку

франшиза	математичне сподівання, %	середньоквадратичне відхилення, %	параметр розподілу, λ	ймовірність страхового випадку
без франшизи	9,00	9,00	11,11	0,00985
5%	14,3	14,3	6,99	0,0062
10%	39,7	39,7	2,52	0,00224

Таблиця 2

Вплив франшизи на розмір нетто-тарифа

розмір франшизи, %	без франшизи	5	10
нетто-тариф, %	0,50	0,32	0,12

Можна побачити, що при наявності безумовної франшизи розмір страхового тарифу зменшується. Однак, слід наголосити, що такий ефект масо для конкретного розподілу розмірів збитку, а для інших розподілів вплив франшизи може бути іншим.

Висновки. По результатам дослідження можна зробити такі висновки:

Франшиза – звільнення страховика від необхідності відшкодувати збитки, які не перевищують визначений, заздалегідь обумовлений рівень, а страховальник повністю приймає на себе збиток,

який не перевищує розміра франшизи. При цьому страхувальник очікує зниження страхового тарифу і страхового внеску.

Розподіл величини страхового збитку за наявності безумовної франшизи характеризується експоненціальним законом розподілу; визначено його статистичні характеристики та параметр розподілу.

Збільшення розміру безумовної франшизи призводить до збільшення математичного сподівання розміру збитку та до зниження розміру страхового тарифа-нетто. Однак ефект зниження страхового тарифу залежить від конкретного розподілу розмірів збитку.

Подальшим напрямком дослідження є побудова на основі отриманих диференціальних функцій розподілу збитку аналітичної формули для розрахунку розміру страхової франшизи.

Список літератури:

1. Закон України «Про страхування» // Відомості Верховної Ради України (ВВР) 1996, № 18, ст. 78. Введено в дію постановою ВР № 86/96-ВР від 07.03.96 (із змінами та доповненнями).
2. Александрова М. М. Страхування : підруч. / М. М. Александрова – К. : ЦУЛ, 2002. – 208 с.
3. Пузаненко В.В. Франшиза в страхуванні / В.В. Пузаненко // Митна справа. – 2011. – № 4(76), частина 2. – С. 389-393.
4. Мирошниченко Н. Франшиза в страхуванні: занимательная арифметика / Н. Мирошниченко, М. Пуслик // <http://forinsurer.com> / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : forinsurer.com/public/10/02/04/4024.
5. Герасимович А. И. Математическая статистика / А.И. Герасимович. – Мн. : Высшая школа, 1983. – 279 с.
6. Кутуков В.Б. Основы финансовой и страховой математики / В.Б. Кутуков. – М. : Дело, 1998. – 379 с.

Кисилева И. Ю.

Запорожский национальный университет

ВЛИЯНИЕ ФРАНШИЗЫ НА РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАХОВОГО УБЫТКА

Резюме

В статье рассмотрено влияние размера безусловной франшизы на распределение величины страхового убытка и размер страхового тарифа в рисковом страховании. Получено распределение убытка в виде экспоненциального закона. Рассчитаны характеристики закона распределения.

Ключевые слова: безусловная франшиза, возмещение, дифференциальная функция распределения, страховой тариф.

Kysilyova I. Yu.

Zaporizhzhya National University

FRANCHISE INFLUENCE ON INSURANCE COMPENSATION DISTRIBUTION

Summary

Franchise influence on insurance loss distribution and insurance tariff in risk insurance is investigated. The loss distribution law in exponential form has been obtained. Distribution law characteristics were calculated.

Key words: unconditional franchise, loss, differential functions, insurance tariff.

УДК 339.542.2

Кінчевська Ю. Ю.

Донецький національний університет

ВПЛИВ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ В СВІТАІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

У статті розглядається теоретико-методологічна основа понять глобалізації, транснаціоналізації та їх зв'язуючого елемента – самих транснаціональних компаній. Використано загальнометодологічні підходи у дослідженнях глобалізаційних трансформацій. Проаналізована діяльність транснаціональних корпорацій в сучасному процесі глобальних перетворень та основні сучасні напрямки глобалізації. Розглянуті основні 20 транснаціональних компаній, які несуть негативний вплив на навколишнє середовище, мають негативний економічний ефект.

Ключові слова: глобалізація, транснаціоналізація, транснаціональні компанії, навколишнє середовище, глобальні трансформації.

Постановка проблеми. Однією з характерних рис глобальної трансформації сучасної світової економіки є прискорення процесу структурних зрушень, яке з одного боку, відкриває нові можливості перед країнами в підвищенні рівня виробництва матеріальних благ, поліпшенні якості життя людей, з іншого боку, характеризує нові вимоги, які постають перед країнами світу у руслі транснаціоналізаційного процесу [2]. Глобалізація є невід'ємним елементом сучасного етапу економічного розвитку світового господарства, у зв'язку з чим, ефективне розвиток держави неможливий без урахування фактора глобалізації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Процеси діяльності транснаціональних компаній (далі ТНК) в умовах сучасних глобальних трансформацій тривалий час перебувають у центрі уваги багатьох учених-економістів, розглянуті в

фундаментальних вітчизняних дослідженнях науковців та практиків таких як Н. Данилюк, О. Білорус, С. Мочений та І. Євлакова. Висвітлені у працях ряду зарубіжних учених: Р. Робертсон (R. Robertson), І. Валлерстайн (I. Wallerstein), Д. Хелд (D. Held), С. Хантингтон (S. Huntington) та ін.

Виокремлення не дослідженої проблематики. Незважаючи на постійний дослідницький інтерес протягом останніх десятиліть до проблем діяльності транснаціональних корпорацій в світі глобальних трансформацій та їх негативний вплив на навколишнє середовище, дискусійними залишаються не тільки практичні, але й методологічні питання категоріально-понятійної ідентифікації, можливості оцінки значення глобальних трансформацій для діяльності ТНК. Задача даного дослідження полягає в уточненні поняття та особливостей транснаціоналізаційних та транс-

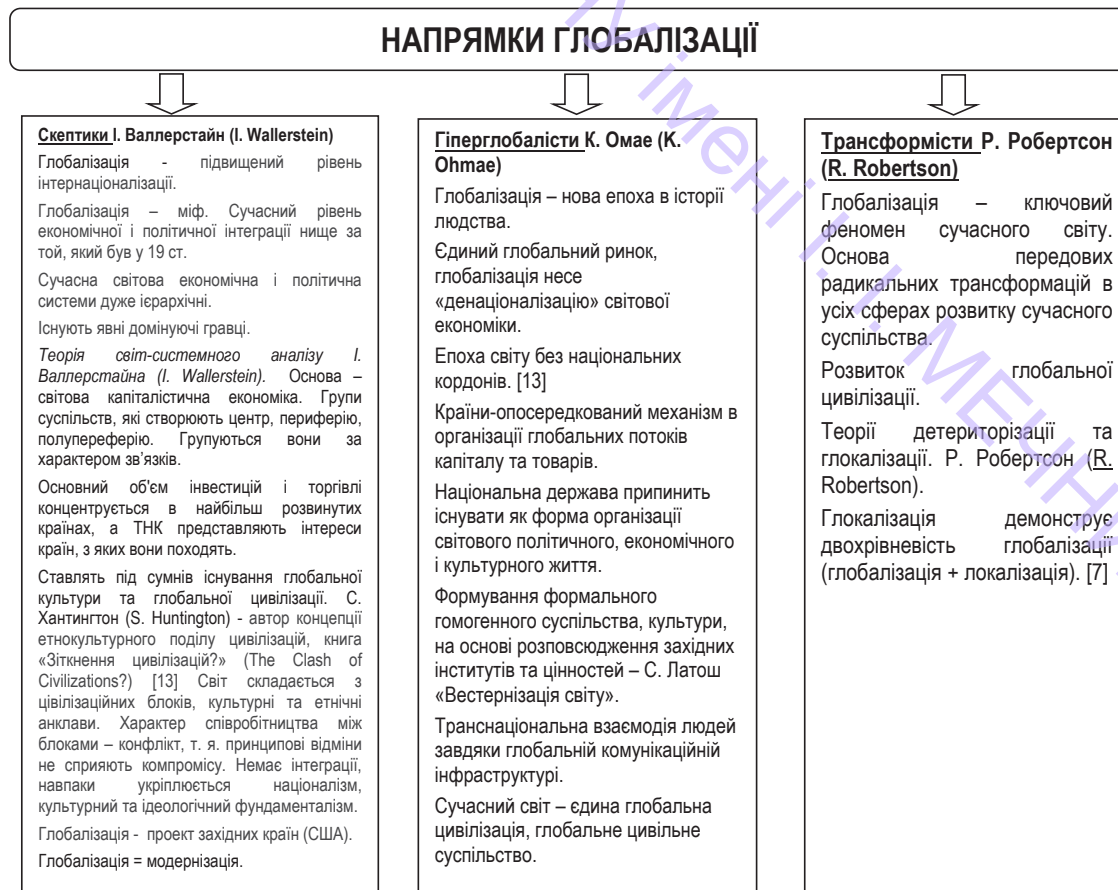


Рис. 1. Сучасні напрямки в концептуалізації глобалізації за Д. Хелдом [11]

формаційних процесів на основі вивчення провідних економічних теорій, узагальнення емпіричних досліджень щодо стану, розвитку, наявних тенденцій, аналізу діяльності ТНК та їх впливу на навколишнє середовище.

Мета даної статті полягає у вирішенні питання впливу транснаціональних компаній на навколишнє середовище в світлі глобальних економічних трансформацій, формування поняття глобалізація під впливом сучасних напрямків в концептуалізації глобалізації.

Виклад основного матеріалу. Процес глобалізації та транснаціоналізації розглядався з початку 15 століття меркантилістами, але провідною концепцією в науковому дискурсі глобалізація стала лише в середині 1990-х. Зрозуміло, що сучасні теорії глобалізації виникли на базі ряду наукових традицій та досліджень. У рамках нового наукового мислення, представленого посткласичною парадигмою, різні науки роблять значний вплив одна на другу, відбувається їх взаємне проникнення.

При цьому відбувається не тільки стирання кордонів між науками, а й активне використання концепцій, підходів, теорій, термінів однієї науки в рамках інших. Особливо важливим у рамках посткласичної парадигми є вказівка на співіснування соціальних систем [4]. На засадах проведеного аналізу виокремлено три основні сучасні школи (напрямки) в концептуалізації глобалізації (рис. 1).

На основі аналізу понять глобалізації в аспекті існуючих економічних теорій варто згадати не менш актуальну сьогодні теорію *конс'юмеризму (consumerism) та антиконс'юмеризму*, яка, на нашу думку, є напрямком постконс'юмеризму. Конс'юмеризм дуже чітко відображає сучасні економічні трансформації та основні прояви глобалізації. Масове споживання зростає разом з розвитком капіталізму, який супроводжується бурхливим економічним і технічним розвитком. Першим, хто всерйоз заговорив про поняття «споживання» в близькому до сучасного його розуміння був американський соціолог Т. Веблен (*T. Veblen*) в 1920-1930 роки. Його теорія «демонстративного споживання» розглядає споживацьку поведінку як таку, що виходить далеко за межі задоволення первинних потреб і починає слугувати в першу чергу зростанню соціального престижу [2].

Теорія антиконс'юмеризму (*anti-consumerism*), представником якої є історик О. Шпенглер (*O. Spengler*), спрямована на засудження сучасних корпорацій чи організацій, які переслідують винятково економічний інтерес, екологічну активність та боротьбою з глобалізацією. Крім того, наявним станом споживання занепокоєні енвайронменталісти. Вони вважають, що споживанням й продиктована ним маркетингова діяльність згубно впливають на і без того обмежені природні ресурси планети [1].

Незважаючи на різноманітні концептуальні підходи до суб'єктності глобалістики, ключовим залишається питання екологічної компоненти функціонування ТНК як діючих гравців світового ринку.

Виходячи з цього, доцільно проаналізувати найвпливовіші транснаціональні компанії, які є головними забруднювачами навколишнього середовища (рис. 2). Дослідження діяльності провідних 20 ТНК в світі, дозволило зробити наступні висновки.

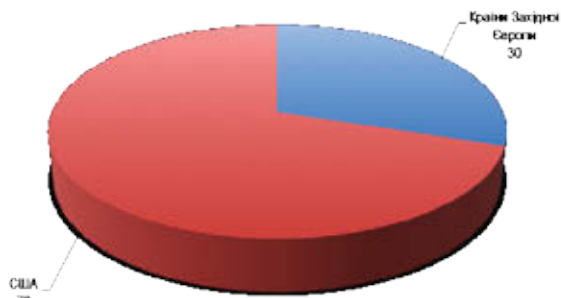


Рис. 2. Географічна структура негативного впливу на навколишнє середовище у 2013 р., %

На основі аналізу господарчої діяльності ТНК, зроблено висновок, що вкрай негативний вплив на навколишнє середовище мають компанії США, які виробляють харчові продукти (70% з ТОП-20 мають національну приналежність США та 50% з ТОП-20 ТНК займаються виробництвом харчових продуктів).

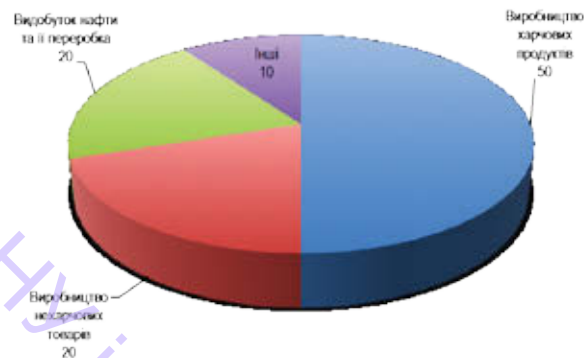


Рис. 3. Види економічної діяльності світових лідерів ТНК у 2013 р., %

Слід зазначити, що винятком є компанії Західної Європи, які діють в сфері нафтовидобутку та виробництва продуктів широкого споживання (табл. 1).

Серед ТНК, що здійснюють негативний вплив, перше місце займає нафтовидобувна корпорація *British Petroleum, United Kingdom*, яка, за даними ЮНКТАД, у 2012 році займала 3 місце у переліку найбільших ТНК за їх іноземними активами [11]. Друге місце посідає спільна нафтовидобувна корпорація *Shell Oil (Велика Британія та Нідерланди)*, яка є сьомою за обсягу компанією світу за рейтингом Forbes 2000 (2013 р.) [6] та перша в рейтингу Fortune Global 500 (2013 р.) [8]. Та, за даними ЮНКТАД, займає 2 місце у переліку найбільших ТНК за розміром їх іноземних активів у 2012 р. [11]. Вона займається нафтовидобутком у Нігерії. Однак компанія є одним з найбільших інвесторів соціальних проектів в Західній Африці, близько 60 мільйонів євро витрачається на підтримку шкіл та медичних установ. В Європі та Японії *Shell Oil* є найбільшим інвестором сонячних електростанцій.

У переліку присутні компанії *Nike* (13 місце) та *Unilever* (14 місце). Першу звинувачують в використанні дитячої праці в країнах Азії, активній антипрофспілковій політиці, порушення прав робітників, особливо жінок (12-годинний робочий день, звільнення вагітних жінок, відсутність ме-

Таблиця 1

ТОР-10 ТНК за негативним впливом на навколишнє середовище у 2013 р.

№ п/п	Назва ТНК	Галузь	Країна походження	Негативний вплив
1.	British Petroleum	Нафтовидобуток	Велика Британія	Нафтовидобуток в екологічно чистих місцях (Арктика та Аляска), що закінчився катастрофою – вибухом нафтової платформи Deepwater Horizon, 2010, Мексиканська затока. Розлив нафти став найбільшим в історії США – найбільша техногенна катастрофа по негативному впливу на екологічну обстановку. Організація шкідливого виробництва в Перу та Анголі.
2.	Shell Oil	Нафтовидобуток	Велика Британія, Нідерланди	Нафтовидобуток у Нігерії.
3.	Siemens	Електротехніка, електроніка.	Німеччина	Ядерне будівництво, яке порушує природний баланс та активна розробка МОКС-програми (МОХ-топливо (Mixed-Oxide fuel) – ядерне паливо.
4.	McDonald's	Швидке харчування	США	Хімічні харчові добавки. Яскравий приклад негативного впливу глобалізації. [9]
5.	Exxon Mobil Corporation	Нафтовидобуток	США	Порушення екобалансу (катастрофа Exxon Valdez, Аляска, США, 1989 р. Наслідки: банкрутство компанії, занепад рибної ловлі, туризму. Одна з найбільш руйнівних для екології катастроф). Вплив на глобальний клімат планети. [3]
6.	Nestlé SA	Виробництво харчових продуктів	Швейцарія	Безвідповідальний маркетинг (виробництво і розповсюдження неякісного дитячого молока та харчування). Бойкот Nestlé – компанія проти швейцарської корпорації Nestlé. [10]
7.	Johnson & Johnson	Виробництво побутової хімії, лікарських засобів	США	Безвідповідальний маркетинг (продаж шкідливих лікарських препаратів).
8.	Philip Morris	Виробництво тютюнових продуктів	США	Пропаганда тютюнопаління. Використання генетично модифіковані компоненти у виробництві продуктів харчування.
9.	PEPSICO Inc.	Виробництво прохолодних напоїв	США	Порушення прав споживачів. Застосування хімічних добавок.
10.	Coca-cola	Виробництво прохолодних напоїв	США	Застосування трансгенних компонентів, хімії. Використання технологій охолодження з вивільненням у навколишнє середовище газів, що руйнують озоновий шар і викликають «парниковий ефект». брудного виробництва в країні Третього Світу, в т.ч. до Росії та України.

дичної страховки). Щодо другої – яка є виробником продуктів харчування, медичних приладів – активно застосовує у виробництві трансгенні компоненти, небезпечні для здоров'я, порушує правила безпеки на хімічному виробництві, що призводить до отруєнь робітників і забруднення навколишнього середовища (наприклад, викид 8 тонн ртуті на півдні Індії) [1].

Компанія *Danone* – виробник продуктів харчування, займає 16 місце. Вони активно застосовують у виробництві трансгенні компоненти, небезпечні для здоров'я та встановлено великий рівень експлуатації в країнах Третього Світу.

Останнє місце в списку належить компанії *Novartis*, яка є однією з найбільших біотехнологічних корпорацій. Вони створюють генетично модифіковані рослини та тварин, виробляють токсичні пестициди і гербіциди, небезпечні для здоров'я людей. Компанія звинувачена в біопіратстві (монополізація використання традиційних сільськогосподарських культур в країнах третього світу). Також вони єдині мають «Патентування життя». *Novartis* має 12 патентів на генетично модифіковані організми. Їх товари мають діоксини (сільськогосподарські товари), виробляють гібриди і насіння сільськогосподарських рослин, у т.ч. трансгенних лікарських препарати [3].

Таким чином, відчуваючи на собі наслідки глобальних трансформацій, транснаціональні компанії розширяють свої кордони та ведуть активнішу міжнародну діяльність. Однак поряд з експансією, ростом кількості іноземних філіалів та збільшення прибутку це призводить до негативних впливів на навколишнє середовище.

Висновки. В результаті проведеного дослідження зроблено такі висновки:

1) На засадах розгляду теоретичної бази глобальних трансформацій, що історично базувались на формаційному підході співіснування багатьох економічних теорій, обґрунтовано, що сучасний процес глобалізації слід розглядати як об'єктивний циклічний процес. За цих умов глобалізація виступає формою становлення нового етапу транснаціоналізації та складовою частиною глобальних трансформацій.

2) Проведений аналіз концепцій виявляє значне розходження в розумінні суті, структури та логіки сучасних глобалізаційних процесів – від заперечення глобалізації до її абсолютизації. Однак ці розбіжність, а також великий міждисциплінарний спектр дослідів дозволяють нам зробити припущення про неоднозначність і суперечливість самого феномена глобалізації. Феномен глобалізації є яскравим прикладом взаємопроникнення і співіснування різних соціальних систем.

3) В результаті дослідження впливу сучасних економічних шкіл на трактування понять глобалізації та транснаціоналізації в період глобальних перетворень, було встановлено, що глобалізацію признають ключовим феноменом сучасного світу, який лежить в основі провідних радикальних трансформацій в усіх сферах розвитку сучасного суспільства – економіці, політиці, культурі, управлінні та ін.

4) Було проаналізовано найвпливовіші транснаціональні компанії, які є головними забруднювачами навколишнього середовища. Було зроблено висновок, що найнегативніший вплив на

навколишнє середовище мають компанії США, які виробляють харчові продукти (70% з ТОП-20 мають національну приналежність США та 50% з ТОП-20 ТНК займаються виробництвом

харчових продуктів). Але винятком є компанії Західної Європи, які діють у сфері нафтовидобутку та виробництва продуктів широкого споживання.

Список літератури:

1. Данилюк Н. Розвиток ТНК: деякі аспекти впливу на навколишнє середовище: Транснаціональні корпорації // Ринок цінних паперів України. – 2004. – № 1-2.
2. Білорус О.Г., Лук'яненко Д.Г. та ін. Глобалізація і безпека розвитку : монографія. – К. : КНЕУ, 2001. – 736 с.
3. Мочерний С. Транснаціональні корпорації (ТНК) // Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
4. Євлакова І.А. Суперечливі наслідки глобалізації // Стратегії розвитку України: Науковий журнал. – 2004. – № 3-4. – С. 278-281.
5. Forbes The World's biggest Public Companies [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://www.forbes.com/global2000/list/>.
6. Robertson R. Glocalization: Time Space and Homogeneity Heterogeneity // Global Modernities / Ed. by M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson. – London : Sage, 1995. – P. 25-44.
7. Fortune Global 500, [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/>.
8. McDonald's [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.mcdonalds.com>
9. Nestle [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.nestle.ua>.
10. UNCTAD [Electronic resource]. – Access mode : <http://unctad.org>.
11. Д. Хелд, Д. Гольдблатт, Э. Макгрю, Д. Пerratон. Глобальные трансформации. Политика, экономика и культура. – М. : Праксис, 2004. – 576 с.
12. Huntington S. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order, 1993.

Кинчевская Ю. Ю.

Донецкий национальный университет

ВЛИЯНИЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ В СВЕТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Резюме

В статье рассматривается теоретико-методологическая основа понятий глобализация, транснационализация и их связующего звена – самих транснациональных компаний. Определены общеметодологические подходы в исследовании глобальных трансформаций. Проанализирована деятельность транснациональных корпораций в современном процессе глобальных трансформаций и основные современные направления глобализации. Рассмотрены 20 транснациональных компаний, которые негативно влияют на окружающую среду, имеют негативный экономический эффект.

Ключевые слова: глобализация, транснационализация, транснациональные компании, окружающая среда, глобальные трансформации.

Kinchevskaya Y. Y.

Donetsk National University

THE IMPACT OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS ON THE ENVIRONMENT AT THE AGE OF GLOBAL ECONOMIC TRANSFORMATIONS

Summary

In the article the theoretical and methodological basis of the concepts of globalization, transnationalization and their link – transnational corporations are examined. General methodological approaches in the study of global transformation are determined. The performance of transnational corporations at the modern process of global transformations is viewed. Major modern trends of globalization are analyzed. TOP-20 multinational companies that have a negative impact on the environment and a negative economic effect were examined.

Key words: globalization, transnationalization, transnational corporations, environment, economic transformations.

УДК 334.722

Shulz S. L.

Kit L. Z.

Institute for Regional Studies of the NAS of Ukraine

NETWORK BUSINESSES: CONCEPTUALIZATION CONCEPTS AND PRINCIPLES OF OPERATION

This article deals with the nature of existing approaches to the interpretation of the concept «network business structure» and its author proposed definition. Attention is focused on the competitive advantages of network operation businesses, their role in the development of national economy and national businesses. The classification of network businesses, analyze the competitive advantages and disadvantages of network forms of business organization.

Key words: network economics, network businesses, competitive advantage.

In Ukraine, began the rapid development of innovative forms of business organization, initiated process of businesses that operate on the basis of networking and administrative integration. In the mid-80 th century, in the developed world was recorded a new type of business structures, which are called network structure, and today we can say that these structures in certain sectors of the economy Ukraine occupy an important place enough. The emergence of the phenomenon of network organization of economic activity due to increased competition in the market of producers and consumers, accelerate the process of updating technology not only in manufacturing but also in the management of economic activities.

Creating business networks promotes regional trade consumer markets, creating new jobs, attracting investments in areas more rapid dissemination of innovation and improving the quality of services provided to the population. In addition, the study features a network model of spatial organization of the economy and the functioning of specific network businesses directly related to the problem of improving the efficiency of business.

The need for research raised issues related to insufficient study of the theoretical and practical aspects of the mechanism of formation and development of these networks, evaluation of their role in the development of certain areas and in the processes of modernization and structural transformation of the economy. Actual research questions include theoretical plane study the nature of economic operators, in practice, to identify ways to improve their competitiveness.

Global science now actively exploring the phenomenon of the formation of entrepreneurial network structures among foreign scientists research interest K. Altera, K. Imayi, Ya. Yohansona, M. Kastelsa, U. Lauella, A. Larsona, Dzh. Linkolna, R. Maylza, X . Hakansona et al. Problems of network structures, the factors that contribute to the unification of individual companies in the network and assess their competitive advantages are investigated in scientific studies of domestic scientists, including O. Bannyh, O. Makovoz, O. Moroz, T. Pasichnyk, O. Sorokivskoyi et al.

The purpose of the article is study the nature, specificity and competitive advantages of network businesses.

In academic circles, there are many views on the definition of the essence of «businesses» as a network.

Note that the network is the basic concept of network economy. Network model of the economy can be viewed from two perspectives. The first is based on the principles of network economy, which

includes the economic activities carried out by electronic or digital communications network in various economic sectors. This activity involves the use of current resources of the Internet and the development of electronic business, in particular electronic commerce («e-commerce») [28].

Another approach related to the corporatisation of the economy, which includes operation of integrated forms of business organization on the basis of network organization. The essence of the network approach in this case is to replace the multi vertically organized hierarchies and specialized business units whose activities are coordinated by market mechanisms, clusters of companies and other economic entities seeking to expand horizontal connections by bringing new elements capable of communicative within the network [5].

Group of business associates, related joint activities that create their own network channels (often informal) information exchange to enhance mutual trust form a business network. Since ancient times in all economic systems business network existed in different forms and in different ways called.

Ukrainian legislation does not interpretation of the term «business network» or «entrepreneurial network». Accordingly, economic and legal definition and the economic rationale of the functioning of entrepreneurial networks as integrated structures virtually absent. Often seen in the scientific literature associating and sometimes identification of business networks with network structures such as entrepreneurial networks, clusters, alliances, holdings, corporations, conglomerates, retailers and taking into account industry specifics used common name – «integrated corporate structure» (ICS). However, the problem remains that despite numerous studies of various forms and functions of networked businesses unity in the definition of the concept is not.

Table 1 highlighted the concept of network «business structure» and different methodological approaches to determining the nature, revealing features of the functioning of the structures and principles of their organization.

First, from the analysis of scientific publications, we can conclude that there are different interpretations of the term «network». It should be noted that the above formulation in this or another way to focus on specific relationships between entities and the ultimate aim of their creation, including improving business processes.

In our opinion, the business network (network of entrepreneurial, business structure) – an association of businesses still – or divers specialization, characterized by a common financial and economic interests of participants whose activities are determined

Table 1

The essence of the concept «network business structure» in the approaches of different authors

AUTHOR	THE ESSENCE OF THE CONCEPT
Castells M. [11]	Network structure – a set of connected nodes, the specific content of which depends on the nature of a network structure.
Patyurel R. [18]	Network structure – a network with its nodes and links, which is formed in order to achieve goals according to the needs and expectations of business partners and conjuncture.
Kavun O.[10]	Entrepreneurial networks – a new complex form of interaction between entities that will combine their resources and business activities in order to create additional competitive advantages in the market by implementing management decisions in the form of specific projects.
Bulba C. [5]	Entrepreneurial Network – an association of businesses one or divers specialization, characterized by a common financial and economic interests of participants whose activities are determined by the concentration of capital, localization efforts of each link on a certain segment of the development, coordination leverage internal financial and economic mechanism to achieve these goals, common interests of the owners of capital.
Bal-Vognyak Terersa [4]	Network as an organization – a self-organized structures (less formal than a hierarchical structure) have resorted to solving coordination problems that are likely to be accepted by all the participants at the expense of obtaining a synergistic effect. Networks generate additional value compared to the number of effects of individual actions.
Holoshubova N. [17]	Distribution network – a set of one or various business units engaged in retail trade under the same brand, with corporate strategy, a single point of management, coordination and control their own distribution warehouse from which the business units that make up the association.
Davidova Ye. [17]	Network – a group of business units, working together, focused on improving business processes, gain competitive advantage and achieve a common goal.
Barvinov V. Gmurov D. [3]	«... a network called special organizational structure of local administration interaction. The main elements are «nodes»(the company or the objects) and relations between them (arcs). «
Ahtenhagen L. [24]	«under ideal network organization refers to an organizational type, which is characterized by loosely coupled network structure fundamentally equal and independent partners.»
Matyushok B. [12]	Network structure is considering as part of a network economy or «as a form of economic activity, based on the global electronic environment with predominance as the most important elements of the productive forces, knowledge and information, and accelerated dynamics of supply and demand.»

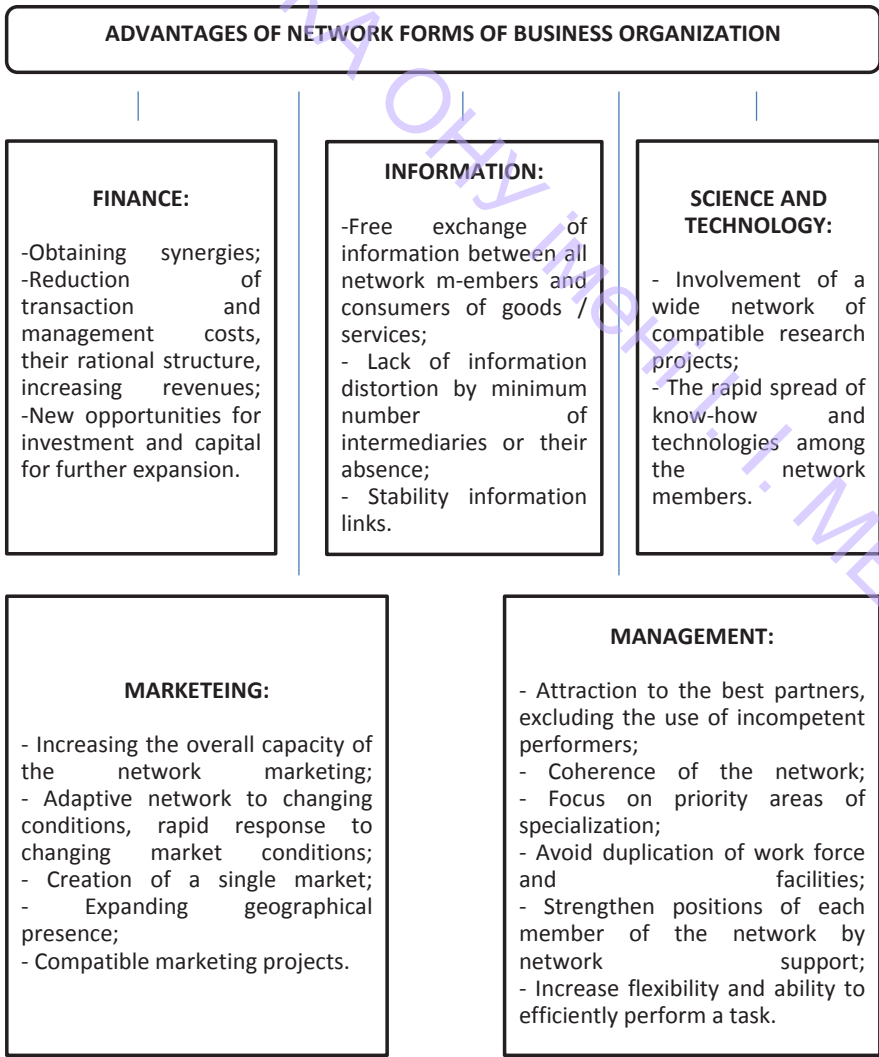


Figure 1. Benefits of network businesses.

by the concentration of capital, localization efforts of each link on a certain segment development, coordination leverage internal financial and economic mechanisms to achieve these goals, common interests of the owners of capital.

Of course, the network form, like any other form of economic activity has its advantages and disadvantages. For example, Meteleva Ye. notes that «... because the network is based on horizontal interactions indefinitely large number of participants, the objective existence of network organizational structure is in receipt of benefits by all members of the network and «benefits from participating in the network are distributed more or less equally among all its members» [15]. The network form of organization provides all network members collectively and each individual participant increased flexibility and the ability to quickly perform tasks optimal or close to optimal way.

According Yuldasheva O., Kateneva V., Polonsky S. [29] the main factor that led to the rapid development of a network of business was that hierarchical forms could not withstand the new market realities, including accelerated development of science and technology and information technology, the need for rapid innovation, more individualization of consumer needs. The main factors of stability and efficiency of the network are: stability information links (presence of general network information resource that quickly replenished) coherence of the network, availability and performance of on standards, trust between members of the network or intranet corporate culture. In the studies focuses on the fact that the most important factor for success is to maintain trust between network members and the corporate culture within the network.

In his Stewart T. argues that «the company network structure is able to self: people grouped around projects to be implemented» [25]. This same idea follows Meteleva Ye. which emphasizes that «the key features of network structures is their reproducibility, no strongly pronounced depending on the composition of the participants» [15].

Working on various sources of scientific researchers [8, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 28] to the development of networked businesses, they can prove the following advantages (Fig. 1).

Despite the many benefits of network forms of business, the researchers also point out shortcomings and negative aspects of their development:

- the growth of monopoly and less competition in the market;
- reducing the efficiency of the absence of clear objectives consolidation of the network and slow decision-making procedures for its significant expansion;
- increase dependency constraints conduct by further loss of independence now;
- reducing the flexibility of management;
- blurring the boundaries between organizations due to complications of relationships between network members;
- increase transaction costs as a result of increased investment in maintenance and development of inter-firm relationships that may be ineffective .

Given the existing problems and shortcomings of network forms of business organization, Zykov O. states that: «... organizations need network efficiency of logistics management techniques that enable ... reallocate resources based on economic feasibility, add a network structure stability based on a clear definition of the roles of logistics and interconnectivity» [8].

Entrepreneurial network as complex structures can be classified by a number of grounds:

- **the nature of relationships:** hierarchical associations, non-hierarchical associations combined association;
- **the level of diversification of participants:** high – more than 5 activities Average – AR5 activities, low – up to 2 activities;
- **the nature (type) diversification of participants:** participants of related diversification, unrelated diversification of participants;
- **the scale of activity:** local, regional, national, international (world);
- **the purpose of creation:** strengthening market position due to expansion, focusing on the performance of basic functions and implementation of key competencies a particular project, the implementation of which has medium and long-term partnerships to pool resources, partnerships to exchange (transfer) key competencies;
- **the creation of the term:** long-term strategic alliance (long-term strategic alliance), medium-term partnership, joint efforts of members to implement a specific project.
- **for the functioning members:** intra-network; intercompany network.
- **by sector of activity:** shopping network, information network, logistics network, intelligent network, online banking, hotel chains, municipal networks.

The spread of business networking is the answer to the demands of the present, because its beneficial effect they are more effective than other forms of functioning businesses.

Today, the economic activity is intensive development of network relations, and in spite of this, the company is slowly accumulating potential inherent in a networked economy, do not develop the experience, focused on innovative problem solving, slightly used control opportunities and self-regulation. Achieving sustainable competitive advantage, which is supported and developed by the integrated interaction of independent business units that are the foundation of strategic management in networked business structures. One of the tasks of forming collective competitive advantage of network businesses over all other market players are management processes, rather than individual features. If the number of businesses starting their activities through voluntary and sustainable cooperation, such cooperation takes the form of joint ventures, franchising schemes, various contract and sub-contract relations and other integrated organizations where actions are planned and managed together.

Different aspects of networked businesses investigates domestic and foreign scientists

Analyzing the above views of scientists formulate a list of competitive advantages of network business structures:

1. The system of long-term cooperative interactions formally independent entities, based on the joint use of resources, especially the system of values and organizational and managerial interactions characterizing network business structure;
2. Independent individual businesses have the chance to function as part of a powerful economic structure, method of integration strategy if become members of the network business structure;
3. Network organization can be formal, that has a certain structure, and informal – little or unstructured . In all cases, the basis for the existence of a network is the ability to quickly establish the right

Table 2
Actual questions of research networking business structures

AUTHOR	FORMATION OF ISSUES
Batkilina G. Gahokidze G. [2]	Focus our attention on: - the problem of effective cooperation of large enterprises with small, successful participation in the restructuring of the past several sectors of the economy that is becoming increasingly important with the development of market relations; - the need to establish effective business partnership of entities caused by the peculiarities of the current stage of development of the global and domestic economy: the globalization of economic systems, the increasing openness (accessibility) markets, limited resources, the introduction of the business practices of information technology, constantly updated. Considers that these circumstances create conditions and simultaneously require a new level of adaptability to rapid changes in business market.
Makarova I. [13]	Entrepreneurial networks are characterized by - binders goals, - high degree of interconnectedness of the structural elements - coherence strategy, - the relationship of the internal environment.
Patyurel P. [18]	Stresses that «much organizational structure giving way to network systems that reflect the relationships between elements of the internal and external environment of enterprises. Operation mode network provides new competitive advantages. Strategic network management can reduce costs and increase revenue, provide quick response on replacement conjuncture «
Pasichnyk T. [22]	Emphasising systemic predictors of entrepreneurial networks and notes that in the last decade of XX century. in a developed economy has been actively used system integration as a new line of partnerships in the rejection of a purely hierarchical systems of organization and management for flexible partnerships.
Masliennikov V. [14]	Assessing the impact on the integration of businesses on the state of the economy, leads to the conclusion that the depth of integration partners in economic relations is one of the most important signs of maturity of the market economy. In fact, the integration process can create-process communication, coordination main elements of the technological chain, investment focus limited resources on priority areas of development.
Kastels M. [11]	Considers that the network form of business organization to quickly adapt to external conditions change. It too are many large multinational corporations to adapt to the variability of the global economy, maintaining competition. According to scientists, the company is experiencing network dissemination of organizational culture that has not claimed to be the dominant, but the efficiency is higher than the current hierarchy. Network structures are created on the initiative of the owners of capital, which form the conceptual tsilevynachennya creating their projects under the networked organization. Distinguish different types of networks: network of global financial flows, network media and others.

connections to accelerate the inclusion of market processes.

4. Competitive advantages of each partner (even small) by complementarity form a new competitive network businesses in general (multiplier effect and synergy).

5. Implementation of the principles of cooperation, specialization, division of rational functions in network integration creates conditions for sustainable development of network participants structures of flexible market policies .

6. Domestic and foreign markets business network structures are formed according to the principles of co-operation, co-ordination of inter-farm relations, specialization of each participant network.

Given the presence of significant competitive advantages of network businesses, lack of knowledge of the mechanism of formation and development of these networks in theoretical and practical aspects should be noted that these are subjects of economic activity to date is an actual research plane for domestic economics. Study characteristics and specifics of these subjects, the development of methodological approaches to the assessment of their effectiveness and competitiveness in the market approach to assess their role in the development of certain areas in the processes of modernization and structural transformation of the economy will expand the philosophical basis of modern scientific research.

References:

- Babicheva H, Mnushko Z Analysis of current trends of the market of pharmaceutical companies Ukrainian Journal of Clinical and Laboratory Medicine. – Vol 4. – № 1, 2009. – P. 7-10.
- Batkilina H, Gahokidze N. Business networks in the system integration ties of small and large enterprises as a factor of economic reform // Announcements: Information and analytical magazine. – 2005. – № 6. – P. 34-39.
- Barinov V. The development of network formations in the innovation ekonomike [Text] / Barinov V., Zhmurov D. // Management in Russia and rubezhom. – 2007. – № 1. – P. 20-30.
- Bal-Wozniak Teresa Economic networks as effective mechanisms for coordination and innovation // Web as an alternative coordination innovative system. – 2011. – P. 133-155.
- Bulba S. Economic nature of business networks / S. Bulba // Actual problems of economy. – 2010. – № 11. – P. 78-83.
- Didkivska L. Trends in retail chains and their impact on the competitive environment // Actual problems of economy. – 2006. – № 8. – P. 119-125.
- Dyagtereva S. On the question of the content of network relationships and their place in the institutional structure of the national economy [Text] / S. Degtyarev A. Zemlyakov // Bulletin of Omsk university. – 2010. – № 1. – P. 110-115. – (Series «Economy»).
- Zykov A. Background of formation and functioning of the problems of network forms of organization in the Russian / researcher . method . Journal . / A. Zykov // Problems and prospects of economic management and marketing in the organization. – 2006. – № 6. – Mode of access to the journal : Http // perspectives.ulmn.ru /? N = 68y = 2006 & id = 114.
- Katenev V. Network approach to the organization of interaction of business structures / Vladimir Katenev. – Publishing House, 2007. – P. 217.
- Kavun O. Entrepreneurial networks in retail Ukraine: the nature, classification and prospects of forming / Economics and business management / Current Affairs Economy number 5, 2010, P. 96.

11. Kastels M. The Information Age: Economy, Society and Culture / M. Kastels. – Moscow : Higher School of Economics, 2000. – P. 174-176
12. Matyushok V. The network economy and the globalization of economic activity. Information society. – 1999. – Vip .6.-47.
13. Makarova I. The formation of inter-firm interaction of debris / Siberian Association of consultants Absentee scientific and practical konferentsii/30.10.12
14. Maslennikov V. Business networks in the business. Moscow: Center for Economics and Marketing, 2004. – P. 588.
15. Meteleva E. The development of theoretical and methodological positions the network approach [Text] / E.Meteleva / / Problems of the theory and practice of management. – P. 69-72.
16. Mazaraki A. and others. Economics of commercial enterprise [Textbook for High Schools] / A. Mazaraki, L. Lihonenko, N. Ushakova. – K. : Khreschatyk, 1999. – P. 800.
17. Pavlik VS Features corporate network as object of accounting and control / Bulletin of Lviv University / 2008. – № 40. – P. 197-200.
18. Patyurel R. Creation of network organizational structures // Problems of the theory and practice of management. – 1997. – № 3. – P. 76-81.
19. Pozhidaev R. Formation of strategic alliances and inter-firm networks as a way to achieve long-term profitability of the growing business [Text] / R. Pozhidaev // Herald of the Voronezh State University. – 2007. – № 2. – P. 63-70 . – (Series «Economy and Management»).
20. Pozhidaev R Modern network organization : the theoretical basis of economic efficiency and unique competitive advantages [Text] / R. Pozhidaev // Herald of the Voronezh State University. – № 2. – 2009. – P. 5-14. – (Series «Economy and Management»).
21. Pozhidaev R. Designing organizational structures of management : evolution, principles, processes / [text]/ R. Pozhidaev. – Voronezh, Voronezh State University, 2005. – P. 180.
22. Pasichnyk T, Sorokivska O. Implementation of the principle of network management business processes // World as Ukraine: Ukrainian Journal. – 2007. – № 6-7. – P. 57-61.
23. Reiss M. Borders «limitless» enterprises: prospects for network organizations [Text] / M. Riess // Problems of the theory and practice of management. – 1997. – № 1. – P. 92-97.
24. Ryuegg-Shtyurm J, L. Ahtenhagen Network organizational and management forms – fashion or necessity? [Text] / Problems of the theory and practice of management. – 2000. – № 6. – P. 68-72.
25. Stuart A. Intellectual Capital. A new source of wealth organizations / A. Stewart. – M. : Generation, 2007. – P. 368.
26. Timofeev G. Network as a form of business organization reinforce the positive effects of infrastructure [Text] / Timofeev, Semenov // News VolgGTU. – 2006. – № 6. – Vol 11 . – P. 83-88.
27. Schulz S. Formation and development of economic space regions of Ukraine: dis. Dr. ... economical. sciences: 08.00.05 / S. Schultz. – Lviv, 2012. – P. 153-154.
28. Yuldashev O. Inter-company cooperation: network forms of business organization [E resource] / A. Yuldashev, V. Katenev, S. Polonsky // The all-Russian full-color magazine «News of Electrical Engineering» – sectoral information and reference guide. – 2009. – № 3 (57). – Mode of access to the journal . – <http://www.news.elteh.ru/arh/2007/44/29/php>.

Шульц С. Л.

Кіт Л. З.

Институт региональных исследований Национальной академии наук Украины

МЕРЕЖЕВІ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ: КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТЬ ТА ЗАСАД ФУНКЦІОНУВАННЯ

Резюме

У статті розкрито сутність існуючих підходів до трактування поняття «мережеві бізнес-структури» та запропоновано його авторське визначення. Акцентується увага на конкурентних перевагах функціонування мережевих підприємницьких структур, їх ролі у розвитку національної економіки та вітчизняного підприємництва. Запропоновано класифікацію мережевих бізнес-структур, аналізуються конкурентні переваги та недоліки мережевої форми організації бізнесу.

Ключові слова: мережева економіка, мережеві бізнес-структури, конкурентні переваги.

Шульц С. Л.

Кіт Л. З.

Институт региональных исследований Национальной академии наук Украины

СЕТЕВЫЕ БИЗНЕС-СТРУКТУРЫ: КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЙ И ОСНОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Резюме

В статье раскрыта сущность существующих подходов к трактовке понятия «сетевые бизнес-структуры» и предложено его авторское определение. Акцентируется внимание на конкурентных преимуществах функционирования сетевых предпринимательских структур, их роли в развитии национальной экономики и отечественного предпринимательства. Предложена классификация сетевых бизнес-структур, анализируются конкурентные преимущества и недостатки сетевой формы организации бизнеса.

Ключевые слова: сетевая экономика, сетевые бизнес-структуры, конкурентные преимущества.

УДК 658.5.012

Кондаурова І. О.
Максимук Н. В.

Донецький національний технічний університет

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто суть фінансової стратегії підприємств. Досліджено основні етапи її формування і реалізації. Обґрунтовується необхідність врахування впливу зовнішнього середовища, а також фази життєвого циклу підприємства.

Ключові слова: фінансове планування, фінансова стратегія, фінансові ресурси, стратегічні цілі, організаційна культура.

Постановка проблеми. Важливою передумовою успішного ведення господарської діяльності є фінансова стабільність підприємства. В цьому контексті особливого значення набуває фінансове планування, зокрема, розробка довгострокової стратегії фінансування діяльності суб'єктів господарювання.

Неможливо прийняти правильне стратегічне рішення, обстрагуючись від фінансових показників підприємства: ліквідності, структури капіталу, рентабельності, ділової активності, інвестиційних можливостей підприємства. Всі ці аспекти регулює і враховує фінансова стратегія підприємства, вибір якої здійснюється за висновками фінансового аналізу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема формування і реалізації фінансової стратегії на підприємстві знайшла відображення в наукових працях багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів, таких як Р. Акофф, І. Ансофф, П. Друкер, Б. Карлоф, В. Кінг, Г. Клейнер, Д. Клиланд, Дж. Ламбен, М. Портер, Д. Таргет, І.О. Бланк, В.О. Вінокуров, А.В. Вовчак, В.Г. Герасимчук, А.П. Градов, Г.І. Кіндрацька, Л.С. Козак, В. Краснова, Б.Г. Литвак, О.Р. Омелянович, Л.Н. Павлова, А.О. Старостіна, З.Є. Шершньова тощо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість науковців розглядають фінансову стратегію як складову стратегічного менеджменту або елемент фінансового менеджменту. Разом з тим як у науковій літературі минулих років, так і в працях сучасних вчених не знайшли достатньо обґрунтованого і всебічного аналізу дослідження впливу стратегічного менеджменту на фінансове планування діяльності підприємства, зокрема, виявлення факторів, що визначають фінансову стратегію компанії та її формування, що обумовило мету даного дослідження.

Мета статті. Розробка теоретичних і методичних підходів до визначення сутності стратегічного планування, формування і реалізації фінансової стратегії як найважливішої складової забезпечення економічного розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Фінансова стратегія організації повинна враховувати і адекватно

реагувати на зовнішні зміни фінансової діяльності підприємства, забезпечувати вибір найбільш ефективних напрямів досягнення фінансових цілей компанії, встановлювати специфічні фінансові цілі довгострокового розвитку організації, забезпечувати напрями розвитку фінансових відносин підприємства, корегувати формування та використання фінансових ресурсів компанії.

Як показує світовий досвід, зокрема, менеджмент американської, західноєвропейської та японської шкіл, фінансову організаційну культуру компанії слід спрямовувати, насамперед, на активізацію та мобілізацію кадрових ресурсів.

У свою чергу, фінансова організаційна культура (рис. 1) втілює у собі такі аспекти: організаційна культура фінансової діяльності, організаційна культура управління фінансами, фінансова філософія бізнесу, філософія фінансового маркетингу. Як її головні складові, фінансова організаційна культура та фінансова філософія бізнесу визначають комплекс норм, правил, критеріїв для працівників фінансової служби підприємства та керівників, які вплива-

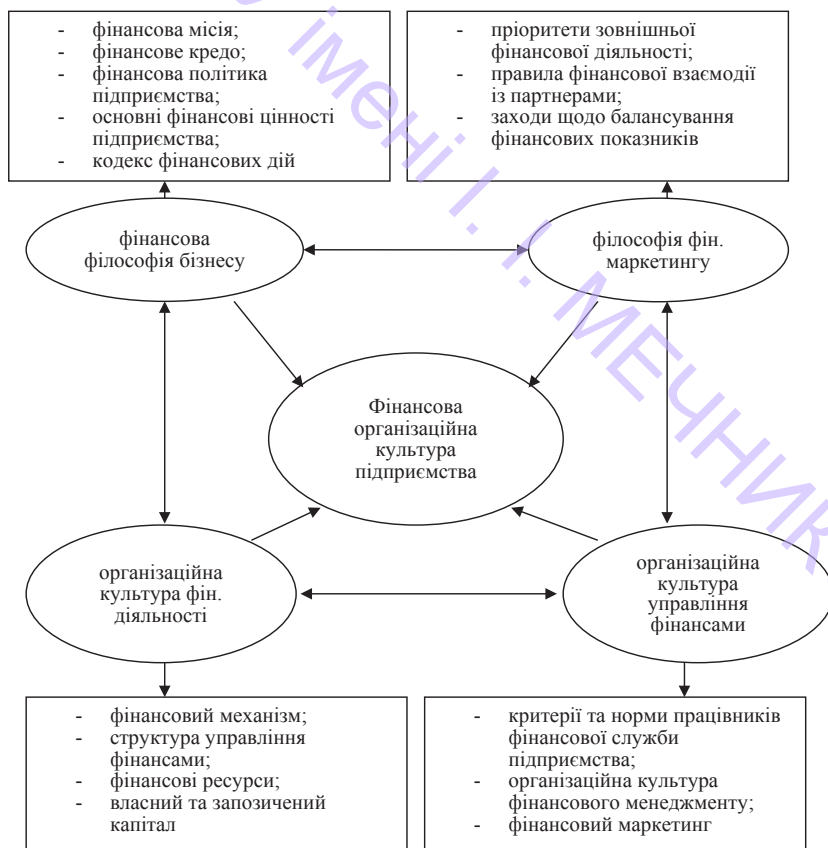


Рис. 1. Елементи фінансової організаційної культури підприємства

ють на прийняття фінансових рішень в організації. Також охоплюють цілі, завдання фінансової стратегії, фінансову політику підприємства, принципи функціонування фінансової сторони компанії [1, с. 12].

Філософія фінансового маркетингу освітлює такі питання як методи і правила фінансової взаємодії з партнерами, конкурентами, кредиторами, фінансові відносини із фінансовим ринком, державними органами, постачальниками, обмеження у фінансових можливостях, інвестиційна політика, тобто урахування інтересів і потреб зовнішнього середовища [1, с. 14].

В залежності від цілей підприємства можна визначити наступні форми фінансової стратегії:

- стратегія фінансової підтримки економічного зростання – спрямована на забезпечення високих темпів операційної діяльності підприємства, зокрема, обсягів виробництва та реалізації продукції, приріст оборотних та необоротних активів підприємства, шляхом підвищення потенціалу формування фінансових ресурсів;

- стратегія фінансового забезпечення стійкого зростання підприємства, спрямована на збалансування параметрів обмеженого зростання операційної діяльності і необхідного рівня фінансової безпеки підприємства шляхом ефективного розподілу та використання фінансових ресурсів;

- антикризова фінансова стратегія підприємства, яка спрямована забезпечити фінансову стабілізацію підприємства у процесі виходу із кризи, передбачає скорочення обсягів виробництва і реалізації продукції шляхом формування достатнього рівня фінансової безпеки підприємства.

Отже, процес формування фінансової стратегії спирається на фінансову організаційну культуру і передбачає поетапне прийняття рішень стосовно формування і використання фінансових ресурсів. Кожний етап складається із певних взаємопов'язаних операцій, які можна віднести до управлінської сфери діяльності підприємства. На рисунку 2 запропоновано схему механізму формування і реалізації фінансової стратегії.

Незаперечним є той факт, що на функціонування підприємств значний вплив має ринкове оточення, яке може представляти собою сприятливі умови для розвитку, проте може бути і джерелом небезпек для суб'єкту господарювання. В процесі взаємодії із зовнішнім середовищем підприємства використовують потенціал, який відображають як сильні, так і слабкі сторони. Тому в повній мірі можливості зовнішнього середовища слід використовувати з урахуванням сильних сторін підприємств, застосування яких надасть можливість підприємствам протистояти загрозам або уникати їх. А розуміння слабких сторін необхідно для адаптації до агресивного зовнішнього середовища. Отже, при формуванні і реалізації фінансової стратегії слід враховувати сильні та слабкі сторони підприємства шляхом:

- формування фінансової стратегії виключно на основі попереднього аналізу потенціалу підприємства;

- оптимізація джерел і методів формування фінансових ресурсів з позицій їх достатності для операційної та інвестиційної діяльності, диверсифікації, забезпечення фінансової стійкості та за іншими критеріями.

Крім цього, важливим підґрунтям реалізації фінансової стратегії має бути використання таких інструментів, як:

- фінансове управління (фінансовий аналіз, бюджетування і фінансовий контроль);

- інструменти ринку фінансових послуг (страхування, факторинг, лізинг тощо).

Незважаючи на мінливість умов зовнішнього середовища, фінансова стратегія повинна бути стійкою, отже система цілей підприємства має бути пов'язаною зі стадіями життєвого циклу підприємства. Впродовж всього життєвого циклу необхідно забезпечувати єдине управління досягненням стратегічних, тактичних і оперативних цілей з урахуванням того, що вони іноді мають протилежний характер. Для усунення цієї проблеми на окремих етапах життєвого циклу підприємства слід переглядати його стратегічні цілі у відповідності з результатами аналізу зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей. Крім цього, мають узгоджувати між собою свої плани і дії всі стратегічні центри господарювання, відповідні за прийняття стратегічних рішень, а також центри поточної комерційної діяльності, які відповідають за отримання проточного прибутку.

Слід також відзначити такий необхідний елемент формування і

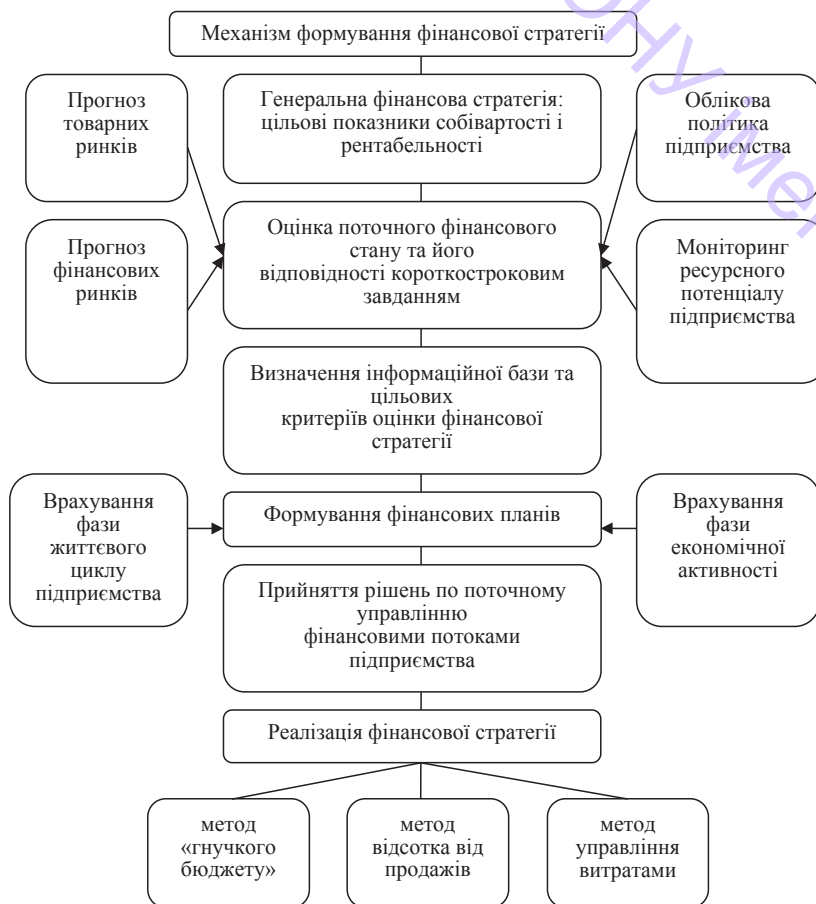


Рис. 2. Механізм формування і реалізації фінансової стратегії підприємства

реалізації фінансової стратегії, як врахування позитивної і негативної динаміки розвитку підприємства, визначення його стратегічних цілей, стратегічний аналіз зовнішнього ділового середовища. Так, на етапі спаду активності економічного середовища для підприємств головними цілями постають виживання, стійка конкурентна позиція в галузі, підготовка фінансового потенціалу для активізації діяльності в умовах подальшої стабілізації зовнішнього середовища. Конкурентна перевага підприємств на етапі спаду ділової активності забезпечується використанням внутрішніх фінансових можливостей, скороченням витрат, застосуванням ціноутворення, орієнтованого на споживачів.

Зокрема, стратегію розвитку, в межах якої відбувається мобілізація внутрішніх фінансових можливостей, економії за всіма напрямками діяльності, підвищення ефективності господарювання, слід переважно застосовувати в період закінчення спаду і початку стабілізації активності зовнішнього середовища підприємства. Отже, на етапі закінчення спаду і підвищення економічної активності основною стратегічною метою є підвищення конкурентного статусу промислових підприємств, здатних вирішувати проблеми макроекономічної стабілізації [3, с. 27].

Під час тенденції пожевлення економічного зростання фінансова стратегія повинна забезпечувати якісні зміни у функціонуванні підприємства, формування його нових конкурентних переваг. Для узгодження формування і реалізації фінансової стратегії та стадії життєвого циклу підприємства доцільно використовувати комплекс методів її реалізації. По-перше, метод відсотка від продажів, який використовується для отримання рівня прибутку із запланованих обсягів продажів за кожним елементом прогнозованого бюджету. Базою розрахунку є показники поточної діяльності, отримані за ретроспективними або прогнозними даними. По-друге, метод «гнучкого бюджету», який передбачає визначення капітальних витрат у вигляді нормативів витрат, що використовуються як база визначення показників діяльності підприємства. При наявності постійної номенклатури підприємства зі значними обсягами за контрактами доцільно застосовувати метод управління витратами [2, с. 303].

Таким чином, стратегічне управління фінансовою діяльністю підприємства передбачає встановлення та досягнення певних цілей, тобто має безперечно цільовий характер. Стратегічна політика організації має суттєвий вплив на підвищення ефективності фінансової діяльності компанії в довгостроковій перспективі, її координації й контролю, також являє собою базу для прийняття управлінських рішень за всіма напрямками фінансового розвитку підприємства. Отже вплив фінансової стратегії на прийняття стратегічних рішень залежить від: сукупності і структури показників фінансової діяльності; інформаційної бази, що своєчасно та повно надається для аналізу і прийняття рішень у відповідності із завданнями та

цілями; постановки стратегічних цілей і завдань, які відображають внутрішнє та зовнішнє становище підприємства [2, с. 28].

Проаналізувавши підходи щодо повної та широкої оцінки фінансової діяльності підприємства, можна виділити фактори впливу на формування фінансової стратегії з позиції стратегічного менеджменту [5, с. 362]:

- ступінь узгодженості фінансової стратегії організації із загальною стратегією підприємства, фактори, які впливають на ступінь узгодженості;

- фактори узгодженості фінансової стратегії із спрогнозованими змінами зовнішнього середовища: економіка країни, зміни кон'юнктури ринку та окремих його сегментів, можливість загроз з боку зовнішнього середовища, ступінь його нестабільності, планування альтернативних рішень;

- фактори узгодженості фінансової стратегії компанії з її внутрішнім потенціалом, тобто як стратегія відповідає внутрішнім параметрам: організаційна структура управління фінансовою діяльністю, кваліфікація фінансових менеджерів, організаційна культура фінансових менеджерів;

- фактори внутрішньої збалансованості параметрів фінансової стратегії визначають узгодженість між собою окремих цілей;

- стратегічні можливості підприємства у формуванні необхідного об'єму фінансових ресурсів, ефективність обраних інвестиційних проектів, перелік фінансових інструментів для формування інвестиційного портфелю;

- фактори прийнятності рівня фінансового ризику, пов'язаного з реалізацією фінансової стратегії, визначають можливий рівень ризику для фінансової діяльності підприємства, тобто максимально допустимий рівень збитків та уникнення загрозі банкрутства;

- фактори зовнішньоекономічної ефективності реалізації фінансової стратегії визначаються діловою репутацією підприємства та іміджем, рівнем заробітної плати фінансових менеджерів.

Висновки і пропозиції. Все вищесказане дозволяє зробити висновок, що стратегічний менеджмент підприємства суттєво впливає на вибір фінансової стратегії, її реалізації. При вирішенні питань, пов'язаних з формуванням фінансової стратегії підприємств, насамперед, необхідно здійснити глибокий аналіз фінансового стану підприємства і визначити перспективи його подальшої діяльності. З метою уникнення фінансових загроз на підприємстві доцільно застосовувати запропонований комплекс інструментів і методів фінансового планування, а також інформацію про зовнішні та внутрішні умови, про реальний фінансово-економічний стан підприємства.

На наш погляд, для забезпечення цілісності системи управління фінансовою діяльністю обов'язковим є виконання умови єдності принципів, цілей та інтересів на всіх рівнях управління, єдності самого процесу управління.

Список літератури:

1. Кытманов А.В. Финансовая стратегия как фактор устойчивого развития предприятия : автореферат диссертации кандидата экономических наук : 8.11.05, 6.10.05/ А.В. Кытманов. – Ижевск, 2005. – 29 с.
2. Прокопеч О.В. Формування фінансової стратегії підприємства в сучасних умовах / О.В. Прокопеч // Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 3. – С. 300-305.
3. Савчук В.П. Стратегии и технологии управления финансами предприятия / В.П. Савчук // Корпоративный менеджмент. – 2008. – № 5. – С. 23-37.
4. Семенов А.Г. Финансовая стратегия в управлении предприятием : монография / Семенов А.Г. – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2008. – 156 с.
5. Шняк И.М. Формирование и реализация финансовой стратегии промышленного предприятия / И.М. Шняк // Экономические науки. Сер. «Облік і фінанси» : зб. наук. праць. – Луцьк : ЛНТУ, 2008. – Вип. 5 (20). – Ч. 2. – С. 327-335.

Кондаурова И. А.

Максимук Н. В.

Донецкий национальный технический университет

**ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ**

Резюме

В статье рассмотрена суть финансовой стратегии предприятий. Исследованы основные этапы ее формирования и реализации. Обосновывается необходимость учета влияния внешней среды, а также фазы жизненного цикла предприятия.

Ключевые слова: финансовое планирование, финансовая стратегия, финансовые ресурсы, стратегические цели, организационная культура.

Kondaurova I. A.

Maksimuk N. V.

Donetsk National Technical University

FINANCIAL PLANNING IN THE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERPRISE

Summary

Essence of financial strategy of enterprises is considered in the article. Investigational the basic stages of its forming and realization. The necessity of account of influence of external environment and phase of life cycle of enterprise is grounded.

Key words: financial planning, financial strategy, financial resources, strategic aims, organizational culture.

УДК 330.341.2

Кондратьева Т. В.

Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ КАК СЕТЕВЫЕ БЛАГА

Исследованы признаки институтов, позволяющие отнести их к сетевым благам, – нелинейное наращивание ценности институциональной сети, комплементарность, совместимость и стандартность; существенная экономия на масштабе производства; действие эффектов ловушки. Анализ таких сетевых свойств институтов позволяет более точно раскрыть механизмы внедрения и распространения институтов.

Ключевые слова: сетевые блага, сетевые эффекты, комплементарность, стандартность, совместимость институтов, QWERTY-эффекты.

Постановка проблемы. Концепция сетевой экономики – относительно новое направление развития как реальных экономических отношений, так и теоретических исследований. Ключевой категорией данного подхода является понятие сетевого товара. Термины «network good / network for good» упоминаются в глобальной информационной сети более 2 млрд. раз. Принципы формирования спроса и предложения на такие товары как развиваются, так и противоречат классическим экономическим законам. Именно поэтому использование научного инструментария теории сетевой экономики делает возможным решение проблем эффективного функционирования современных экономических институтов.

Анализ последних исследований и публикаций. Работы, в которых институты рассматриваются как товары, относительно немногочисленны. С. Пейовичем была впервые сформулирована концепция рынка институтов [8]. Ю. Валевич, анализируя концепцию институционального рынка, в качестве его объектов рассматривает формальные институты и механизмы их закрепления [1]. В. Л. Тамбовцев говорит о «приобретении института», которое означает получение доступа к информации о «содержании нормы, алгоритме ее осуществления и последствиях действий по данному правилу; поиск контрагента, способного (т. е. обладающего упомянутыми знаниями) и согласного (т. е. считающего это выгодным) взаимодействовать с индивидом именно по соответствующим правилам; заключение с ним явной и неявной институциональной сделки» [4]. А. Олейник подчеркивает сложную природу институциональных инноваций, выделяя среди них организационные (производятся и существуют как частные блага), организационно-рыночные (клубные блага) и институты, имеющие характеристики чисто общественных благ [5]. Вопросы институциональной комплементарности исследуются в работах Липова [2].

Выявление нерешенных ранее частей проблемы. Таким образом, можно говорить об институтах как благах особого рода. Глобальное развитие информационной сетевой экономики актуализирует исследования особенностей институтов с точки зрения такого подхода.

Цель статьи. Целью работы является анализ институциональных сетей.

Изложение основного материала. Наиболее часто сетевое благо определяют как такое, для которого получаемая потребителем блага полезность растет с увеличением числа других потребляющих его агентов [6]. Иными словами, это блага, в отношении которых действуют положительные сетевые эффекты. Механизм этого действия объясняется влиянием нескольких факторов.

Во-первых, внешние эффекты потребления могут вызываться прямым физическим влиянием числа акторов, использующих институт, на его качество. Полезность института для одного экономического агента тем больше, чем больше число других акторов, предпочитающих осуществлять транзакции по тем же правилам. В. Л. Тамбовцев о таком особом характере институциональных сделок говорит следующим образом: «Конкретные действия агента, скрывающиеся за метафорой «приобретение института» сводятся, в том числе к поиску контрагента, способного и согласного взаимодействовать с экономическим агентом именно по данным правилам... Для того чтобы осуществилась неявная институциональная сделка, необходимо, чтобы продавец (покупатель) нашел партнера, согласного осуществить товарную сделку именно по соответствующему правилу, необходимо «двойное совпадение желаний»: мало, чтобы продавец товара имел тот товар, который нужен покупателю, располагающему достаточным бюджетным ограничением; нужно также, чтобы оба они еще и желали совершить обмен по одинаковым правилам» [5].

Во-вторых, с ростом числа пользователей данного института, гарантов определенного института, и у других институциональных предпринимателей усиливаются стимулы к созданию дополнительных новых правил, поддерживающих функционирование данных правил экономического поведения, что в свою очередь, увеличивает их потребительскую ценность.

В-третьих, с ростом числа участников институциональной сети гарант институциональной нормы подвергается все более сильному действию эффекта обучения и эффекта масштаба. Механизмы обеспечения выполнения нормы становятся более эффективными. Это способствует повышению уровня институциональной дисциплины, что, в свою очередь, требует все меньшего реального вмешательства гаранта институциональной нормы для обеспечения выполнения транзакций.

В-четвертых, рост институциональной сети обеспечивает большую доступность информации об особенностях применения правил экономического поведения, увеличивает эффект обучения пользователей института.

В-пятых, доминирование института в определенной экономической системе, использование его экономическими успешными акторами служит сигналом качества данной нормы поведения, создает положительные психологические эффекты.

Кроме того, исследователи отмечают, что сетевым благам также одновременно присущи следующие признаки:

1. комплементарность, совместимость и стандартность;

2. существенная экономия на масштабе производства;

3. действие эффектов ловушки.

Комплементарность. В. В. Липов рассматривает институты как блага, обладающие различной степенью комплементарности, в результате действия которой суммарная эффективность институтов отличается от суммы эффективностей институтов, включенных во взаимодействие [2]. При этом выделяется три типа институциональной комплементарности – структурная (комплементарность институциональных форм), функциональная (процессуальная комплементарность функций, институтами) и общая (совокупность структурной и функциональной). Кроме того, В. В. Липов выделяет эндогенную и экзогенную комплементарность. Эндогенная комплементарность отражает взаимодействие институций в рамках институциональной системы, подсистемы, института. Экзогенная комплементарность – качество взаимодействия институциональной системы с внешней средой, элементами которой могут быть как другие институциональные системы, так и неинституциональные явления хозяйствования, оказывающие влияние на функционирование системы [2].

Следовательно, эффективность и распространенность правил экономического поведения в сильной степени зависит от уровня комплементарности соответствующего института. Если институты дополняют друг друга, то главная их функция – снижение неопределенности экономического поведения – выполняется более успешно.

Совместимость. Принцип совместимости институтов также является одним из основополагающих для функционирования институциональной системы. Один и тот же экономический агент в одно и то же время включен во множество институтов – налоговый режим, режим собственности, различные типы контрактов. Используемые им нормы, принципы поведения, например, внутри фирмы, должны быть совместимы с признанными нормами его поведения во внешнефирменной среде. Например, использование теневых механизмов выплаты заработной платы не позволяет использовать адекватный легальный налоговый режим. Соблюдение институциональной совместимости эффективно не только для самого экономического агента, поскольку предохраняет его от внутренних противоречий, конфликтов, но и для его партнеров по взаимодействию, поскольку поведение актора становится целостным, обретает предсказуемость, прогнозируемость, надежность. И наоборот, несовместимость иерархии принципов, норм, регулирующих различные институциональные взаимодействия, в которых участвует экономический агент, порождает конфликты, непоследовательность, непредсказуемость, что дестабилизирует его деятельность.

Говоря об экономической системе в целом, в результате рассогласования, несовместимости исходных принципов, норм регуляции основных экономических институтов они начинают блокировать развитие друг друга. Так, норма простого утилитаризма, которая распространена в постсоветских экономических системах и предполагает стремление максимизировать свою полезность вне связи со своей продуктивной деятельностью, не может не затруднять развитие рыночных институтов.

Таким образом, функционально экономические институты в рамках одной экономической системы должны основываться на единых коренных исходных принципах, ценностных приоритетах, что

обеспечивает совместимость и целостность данной системы институтов. Ю. Валевич, исследуя институциональное равновесие, подчеркивает, что «такая ситуация возможна лишь при отсутствии противоречий между формальными и неформальными институтами» [1].

Стандартность. Институты по своей сути являются стандартами поведения в определенных ситуациях. Сам процесс институционализации состоит в упорядочении, стандартизации, организационном оформлении и регулировании определенных связей и отношений в экономической системе. С помощью упорядочивания и регулирования поведения экономических субъектов снижается неопределенность и обеспечивается устойчивость экономических процессов.

Например, для института ценных бумаг стандартность означает наличие некоторого типового набора реквизитов, их содержания, способов выпуска, обмена и т. п., что обеспечивает возможность ценной бумаге выступать в качестве товара на фондовом рынке. В качестве ценных бумаг признаются только документы, которые имеют стандартное содержание – стандартность прав, дубликатом которых является ценная бумага, стандартность участников, сроков, мест торговли, правил учета и других условий доступа к указанным правам, стандартность сделок, связанных с передачей ценной бумаги из рук в руки, стандартность формы ценной бумаги и т. п.).

Экономия на масштабе производства. Структура издержек производства институтов отличается от структуры издержек обычных благ: основная часть издержек приходится на начальный период их создания. Издержки проектирования и внедрения нового института непропорционально велики по отношению к издержкам поддержания их функционирования. Элинон Остром приводит следующий пример «...владелец скважин, выкачивающие воду из подземных водоносных слоев, затратили значительное время, деньги и усилия на то, чтобы обеспечить предложение институтов. Они создали новые частные ассоциации профессиональных участников рынка водоснабжения. Они понесли значительные расходы, связанные с судебными разбирательствами. Они подготовили проекты законодательных актов, внесли их на рассмотрение законодательного собрания штата Калифорния и получили существенную поддержку со стороны других предприятий водоснабжения, позволившую принять эти проекты в качестве законов штата. Для организации налогообложения всей воды, выкачиваемой из бассейнов, а также недвижимости, расположенной на поверхности, они создали специальные округа. Они тратили поистине бесчисленное количество часов на информирование друг друга о структуре своих бассейнов, различного рода озабоченности, и намерениях всех участников, и будущих возможностях» [7]. Институциональные продукты либо вообще не подчиняются закону убывающей доходности, либо демонстрируют возрастающую доходность в весьма долгосрочной перспективе. Растущая доходность в случае институционального предпринимательства проявляется более интенсивно по причине структуры издержек, связанных с их производством. Для эффекта экономии на масштабе производства в случае института присущи два отличительных момента. Во-первых, если для обычных благ эффект экономии на масштабе производства действует постепенно и линейно, то сети (и институты как сетевые блага) увеличи-

вают ценность по экспоненте. Во-вторых, эффект экономии на масштабе производства для обычного блага – это результат деятельности одной крупной фирмы, сумевшей достичь его, а сеть дает возможность небольшим, но многочисленным пользователям (фирмы, посредники, потребители благ) получить существенный прирост полезности, причем как раз множественность хозяйствующих единиц – условие возникновения эффекта экономии на масштабе производства в данном случае [3].

Институциональные ловушки, QWERTY-эффекты, lock-in эффекты – неэффективные устойчивые нормы, приобретающие самоподдерживающий характер. Став участником одной из институциональных сетей, экономическому агенту очень трудно отказаться от него и переключиться на другой, пусть даже более эффективный вариант. Действие эффекта ловушек приводит к тому, что институт, ставший лидером, очень быстро распространяется на институциональном рынке, поскольку новые пользователи вынуждены к нему подключаться, заключая трансакции с агентами-членами институциональной сети. Американские экономисты К. Шапиро и Х. Вэриан выделяют следующие основные причины, по которым переход от одной сети к другой затруднен для потребителя [9]:

1. Издержки обучения. Для того, чтобы перейти на использование другого блага надо затратить усилия на обучения новым стандартам взаимодействия.

2. Издержки на изменение форматов информента – создание новых коммуникационных каналов институциональной сети.

3. Издержки подключения. Подключение к новой сети может привести к тому, что потребитель будет вынужден отказаться от использования института, который не соответствует новым стандартам.

4. Издержки потери лояльности. Переход на использование нового сетевого блага может привести к потере всех привилегий, которые потребитель получал в старой сети.

Выводы и предложения. Таким образом, целесообразность сетевого подхода к институтам обусловлена наличием сетевых внешних эффектов, когда для потребителей институтов происходит наращивание ценности самой институциональной сети, причем процесс этот идет нелинейно. Подход к институтам с точки зрения сетевых благ объясняет механизм возникновения эффекта ловушки, внедрения институтов и монополизации институционального рынка. Такой анализ предоставляет инструментарий для решения этих проблем.

Список литературы:

1. Валевич Ю. Институциональное равновесие / Ю. Валевич // Эковест. – 2002. – № 2. – С. 276-300.
2. Липов В. В. Институциональная комплементарность как фактор формирования социально-экономических систем / В. В. Липов // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2012. – Т. 4. – № 1. – С. 25-43.
3. Стрелец И. А. Общество сетевых структур и информационный ресурс как сетевое благо / И. А. Стрелец // Вестник МГУ. Серия 6. Экономика. – 2003. – № 5. – С. 3-18.
4. Тамбовцев В. Л. Есть ли в России спрос на институты [Электронный ресурс] / В. Л. Тамбовцев // Независимая газета. – 2011. – 05.02.2011. – Режим доступа : http://www.ng.ru/scenario/2011-02-15/13_instituty.html.
5. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ) / [Нуреев Р. М., Алексеев А. В., Балабанова Е. С. и др.]; под ред. Р. М. Нуреева. – М. : Московский общественный научный фонд, 2001. – 804 с.
6. Katz M. Network externalities, competition and compatibility / Michael L. Katz, Carl Shapiro // American Economic Review. – 1985. – Vol. 75. – № 3, June. – P. 424-440.
7. Ostrom E. Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action (Political Economy of Institutions and Decisions) / Elinor Ostrom. – USA : Cambridge University Press, 2003. – 280 p.
8. Pejovich S. The Market for Institutions Versus the Strong Hand of the State: the Case of Eastern Europe / S. Pejovich, B. Dallago, L. Mitton (eds.) // Economic Institutions, Markets and Competition. – Cheltenham : Edward Elgar, 1996. – P. 97-164.
9. Shapiro Carl. Information rules : a strategic guide to the network economy / Carl Shapiro and Hal R. Varian. – USA : Harvard business school press, Boston, 1999. – 352 p.

Кондратьева Т. В.

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

ЭКОНОМІЧНІ ІНСТИТУТИ ЯК МЕРЕЖЕВІ БЛАГА

Резюме

Досліджено ознаки інститутів, що дозволяють віднести їх до мережевих благ – нелінійне нарощування цінності інституційної мережі, комплементарність, сумісність і стандартність; істотна економія на масштабі виробництва; дія ефектів пастки. Аналіз таких мережевих властивостей інститутів дозволяє більш точно розкрити механізми впровадження та розповсюдження інститутів.

Ключові слова: мережеві блага, мережеві ефекти, комплементарність, стандартність, сумісність інститутів, QWERTY-ефекти.

Kondratieva T. V.

Luhansk Taras Shevchenko National University

ECONOMIC INSTITUTIONS AS NETWORK GOODS

Summary

The article investigates the characteristics of institutions that can take them to network goods – nonlinear growth of the value of an institutional network; complementarity, compatibility and standardness; significant scale economies of production; lock-in effects. The analysis of network properties allows discovering the mechanisms of implementation and dissemination of institutions accurately.

Key words: network goods, network effects, complementarity, standardization, compatibility of institutions, QWERTY-effects.

УДК 336.717.3

Кондрацька Н. М.

Національний університет водного господарства та природокористування

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ГАРАНТУВАННЯ ВКЛАДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Розкрито структуру системи гарантування вкладів фізичних осіб та досліджено її генезис. Проаналізовано зміну обсягів вкладів та виплат відшкодування на кожному з етапів розвитку системи. Виділено основні проблеми та обґрунтовано напрями підвищення ефективності формування та регулювання системи гарантування вкладів фізичних осіб.

Ключові слова: система страхування депозитів, фонд гарантування вкладів фізичних осіб, інституційне середовище, трансакційні витрати, формування системи гарантування вкладів

Постановка проблеми. Ефективний розвиток та інтеграція економіки України у світову економічну систему передбачає залучення інвестицій, що забезпечується заощадженнями домогосподарств. Їх подальша трансформація сприяє нагромадженню капіталу, кредитуванню господарства, а відтак і фінансуванню економічного зростання країни. Необхідною умовою досягнення зазначених цілей є формування ефективної системи гарантування вкладів фізичних осіб.

Сучасні кризові явища супроводжувались значним відтоком коштів домогосподарств із банківської системи. Очевидною стала необхідність формування інституційного забезпечення гарантування вкладів, яке б змогло відновити довіру населення до комерційних банків. За таких умов формування стійкої інституційної системи гарантування вкладів набуває першочергового значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань удосконалення вітчизняної системи гарантування вкладів фізичних осіб приділяли увагу Аржевітін С. [1], Бобиль В. [2], Козьменко С., Школьник І., Савченко Т. [3], Михайловська І. М., Безвух С.В. [4], проблемами правового регулювання системи займався Молодик К. Ю. [5]. Значна кількість науковців присвятили свої роботи аналізу зарубіжного досвіду формування систем страхування депозитів та можливостям його використання в Україні це, зокрема, Волосович С.В. [6], Свечкіна А.Л., Мохова Ю.Л. [7].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на вагомність наукових

напрацювань вищеперелічених дослідників існують проблеми, котрі залишаються недостатньо розробленими як у теоретичному, так і в практичному аспектах. Вони пов'язані із розглядом системи гарантування вкладів як складної сукупності, що розвивається за законами синергетики.

Мета статті. Метою роботи є обґрунтування теоретико-методологічних положень і розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення системи гарантування вкладів фізичних осіб.

Виклад основного матеріалу. Згідно чинного законодавства, система гарантування вкладів фізичних осіб – це сукупність відносин, що виникають у зв'язку із створенням і функціонуванням Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, виведенням неплатоспроможних банків з ринку та їх ліквідацією [8].

Вважаємо, що систему гарантування вкладів можна ідентифікувати як складну динамічну систему, у генезисі якої можна виділити три етапи (рис. 1).

Основною передумовою створення в Україні системи гарантування вкладів стала світова фінансова криза кінця 90-х років. Вона виявила слабкість вітчизняної банківської системи з точки зору захисту прав та інтересів вкладників банків, і, насамперед – фізичних осіб. Як наслідок, було створено Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, пріоритетними завданнями якого були: захист населення від втрати заощаджень, банківської системи України – від фінансової кризи, а атака ж сприяння мобілізації коштів для їх подальшої трансформації у реальні інвестиції в економіку України.

Поштовхом до початку нового етапу у розвитку системи гарантування вкладів стала фінансова криза 2008 року, що супроводжувалась масовим відтоком коштів із депозитних рахунків фізичних осіб. З метою відновлення довіри населення до банківської системи, було втричі збільшено розмір відшкодування – із 50 тис. до 150 тис. грн. Як наслідок, виникла необхідність збільшення фінансових ресурсів фонду, які б забезпечували виплати у повному обсязі. Зважаючи на фінансову кризу і на неможливість підвищення розміру зборів з банків, 31.10.2008 року Верховна Рада України затвердила інший спосіб поповнення коштів Фонду: шляхом щорічних внесків Національним банком України в розмірі 25,0% від перевищення кошторисних доходів над

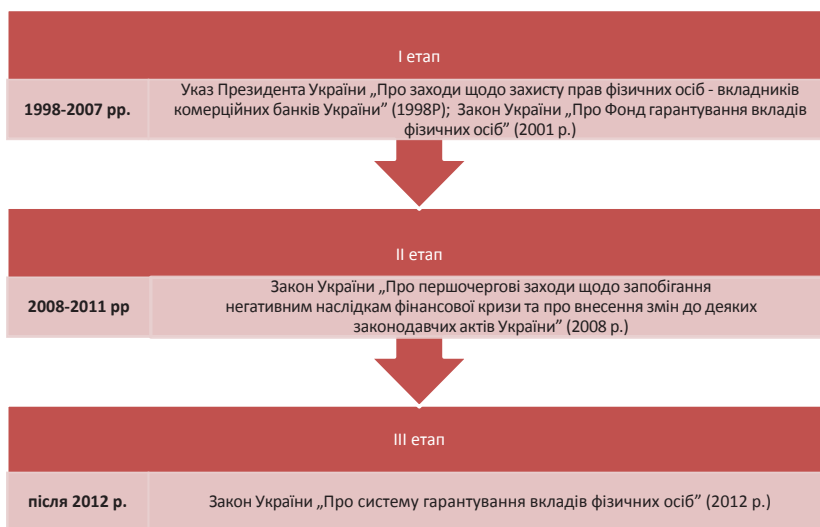


Рис. 1. Генезис системи гарантування вкладів фізичних осіб в Україні

Складено автором за даними [9].

кошторисними витратами, але не менше 1 млрд. грн. Крім того було передбачено можливість отримання Фондом кредитів від Національного банку України під облікову ставку [10, с. 151-152].

Остаточне формування системи гарантування вкладів фізичних осіб відбулось після введення в дію у 2012 році однойменного закону. У цілому, нові законодавчі зміни передбачали, що Національний банк України продовжуватиме виконувати функції банківського регулювання та пруденційного нагляду. У свою чергу, Фонд отримав виключне право виступати у якості тимчасового адміністратора та ліквідатора неплатоспроможного банку та здійснювати виведення банку з ринку. Крім того з метою забезпечення доступу вкладників під час дії тимчасової адміністрації до власних коштів законом передбачено, що Фонд може надати банку позику для здійснення авансових виплат коштів вкладникам в межах гарантованої суми. З метою посилення взаємодії між Фондом та Національним банком України, передбачено, що працівники Фонду можуть брати участь у перевірях НБУ проблемного банку, НБУ та Фонд на періодичній основі будуть обмінюватись інформацією для виконання покладених на них функцій. Важливим аспектом нового законодавства є можливість запроваджувати систему нарахування регулярних зборів до Фонду на основі оцінки ризиків (диференційовані збори), яка передбачає зваження базової річної ставки регулярного збору на коефіцієнт ризику банку.

Суб'єктами системи гарантування вкладів є загальнодержавні регуляторні інституції, Фонд, Національний банк України, банки та вкладники (рис.2). Законодавчі та виконавчі органи влади формують інституційне середовище системи, визначаючи нормативні та правові обмеження – так звані «правила гри». Вітчизняна система може бути віднесена до імперативних [7, с. 146] чи обов'язкових [10, с. 152] систем страхування внесків і передбачає створення особливого державного чи підконтрольного державі органу (Фонду), а також обов'язкову участь у системі комерційних банків. Крім того органи державної влади визначають обсяги та структуру джерел фінансування Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. Таким чином, державні інституції чинять як прями, так і опосередкований регуляторний вплив на функціонування системи гарантування вкладів.



Рис. 2. Структура системи гарантування вкладів фізичних осіб

Складено автором.

Фізичні особи та комерційні банки, виступають агентами, котрі функціонуючи в існуючому інституційному середовищі, мінімізують трансакційні витрати. Саме на основі активності агентів і розміру їх трансакційних витрат ми можемо оцінити якість регулювання системи. Індикаторами, при цьому виступають розмір депозитних вкладів фізичних осіб та витрати банків на участь у системі.

Фонд гарантування вкладів фізичних осіб виступає особливою інституцією, котра має специфічні регуляторні повноваження щодо забезпечення функціонування системи, і одночасно є підконтрольним державним регуляторним інституціям вищого рівня. Основними функціями Фонду гарантування вкладів фізичних осіб є [8]:

- ведення реєстру учасників Фонду;
- акумулювання коштів, здійснення контролю за повнотою і своєчасністю перерахування зборів кожним учасником Фонду;
- інвестування коштів Фонду в державні цінні папери України;
- здійснення заходів щодо організації виплат відшкодувань за вкладами в разі прийняття рішення про відкликання банківської ліцензії та ліквідацію банку;
- здійснення регулювання участі банків у системі гарантування вкладів;
- участь в інспекційних перевірях проблемних банків за пропозицією НБУ;
- застосування до банків та їх керівників відповідно фінансові санкції і накладає адміністративні штрафи;
- здійснення процедури виведення неплатоспроможних банків з ринку, у тому числі шляхом здійснення тимчасової адміністрації та ліквідації банків, організації відчуження активів і зобов'язань неплатоспроможного банку, продаж неплатоспроможного банку або створення та продаж перехідного банку;
- здійснення перевірки банків щодо дотримання законодавства про систему гарантування вкладів фізичних осіб;
- надання фінансової підтримки приймаючому банку;
- здійснення прогнозування потенційних витрат Фонду на виведення неплатоспроможних банків з ринку та відшкодування коштів вкладникам.

Як зазначалось, основними кількісними показниками, що свідчать про рівень розвитку системи, генезис її складності, є розмір депозитних вкладів фізичних осіб та кількість учасників (рис. 3).

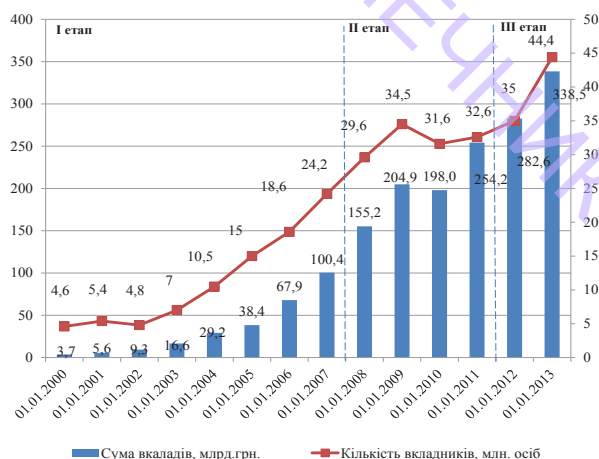


Рис. 3. Динаміка сум вкладів та кількості вкладників учасників Фонду гарантування вкладів
Побудовано на основі даних.

Як бачимо, із початком кожного нового етапу, кількість вкладників та сума їх вкладів суттєво зростає. Це підтверджує адекватність виділених нами періодів. Новий період передбачає виникнення нового порядку, що супроводжується кризою попереднього інституційного середовища та вибором одного з кількох можливих варіантів розвитку інституцій. Саме вони визначатимуть регуляторний вплив і формуватимуть зв'язки між елементами системи.

Натомість, в межах одного етапу показники розвитку системи є достатньо однорідними та передбачуваними. Підтвердженням цього є те, що середній темп приросту обсягів депозитних вкладів на першому етапі становив 60,3% за рік, проте вже у наступному періоді значення даного показника зменшилось до 17,1% і до 15,5% – у третьому.

Подібним чином змінюються і показники виплат за зобов'язаннями банків, що перебувають на стадії ліквідації чи введено тимчасову адміністрацію (рис. 4). Після суттєвого зростання виплат у 2008-2011 рр., систему гарантування вкладів фізичних осіб в Україні було реформовано, завдяки чому, при зростанні кількості учасників системи, зберігається низький рівень виплат. Через масові банкрутства банків у кризові роки, відбулось ускладнення зв'язків системи, перерозподіл регуляторних повноважень та поява нового напрямку роботи Фонду гарантування вкладів фізичних осіб – управління проблемними активами.



Рис. 4. Динаміка виплат та кількості банків, вкладникам яких здійснювались виплати

Побудовано на основі даних [9].

Список літератури:

- Аржевітін С. Чому і як слід реформувати систему гарантування вкладів / С. Аржевітін // Вісник НБУ. – 2010. – № 11(177). – С. 3-7.
- Бобиль В. Еволюція систем страхування депозитів / Бобиль В. // Вісник НБУ. – 2012. – № 7(197). – С. 24-29.
- Козьменко С. Реформа національної системи гарантування вкладів : ключові положення та перспективи розвитку / С. Козьменко, І. Школьник, Т. Савченко // Вісник НБУ. – 2012. – № 6 (196). – С. 14-21.
- Михайловська І. М., Безвух С.В. Сучасний стан та перспективи забезпечення захисту вкладів фізичних осіб в Україні / І. М. Михайловська, С.В. Безвух // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2009. – № 2. – С. 229-236.
- Молодіко К.Ю. Системи страхування (гарантування) вкладів: новітні тенденції / Молодіко К. Ю. // Приватне Право і Підприємництво ; [збірник наукових праць]. – 2011. – ВІПУСК 10. – С. 192-195.
- Волосович С.В. Еволюція систем страхування депозитів [Електронний ресурс] / Волосович С.В. // Економічний Вісник університету ; [Збірник наукових праць учених та аспірантів]. – 2012. – Вип. 19/1. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Evu/2012_19_1/Volosovy.pdf.
- Свечкіна А. Розвиток системи страхування депозитів в Україні: досвід розвинених країн та використання його у вітчизняній практиці [Текст] / А. Свечкіна, Ю. Мохова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – Т. 2. – С. 145-149.
- Закон України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» № 4452-VI від 23.02.2012: редакція від 09.06.2013 / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України (ВВР. – 2012. – № 50. – С. 564.
- Статистична інформація [Електронний ресурс] / Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. – Режим доступу : <http://www.fg.gov.ua/payments/>.
- Безвух С.В. Політика захисту вкладів в країнах Єврозою та Україні в період фінансової кризи / С.В. Безвух // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1, Т. 1. – С. 151-153.

Кондрацкая Н. М.

Национальный университет водного хозяйства и природопользования

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГАРАНТИРОВАНИЯ ВКЛАДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ

Резюме

Раскрыта структура системы гарантирования вкладов физических лиц и исследованы ее генезис. Приведен анализ изменений объемов вкладов и выплат возмещения на каждом из этапов развития системы. Выделены основные проблемы и обоснованы направления повышения эффективности формирования и регулирования системы гарантирования вкладов физических лиц.

Ключевые слова: система страхования депозитов, фонд гарантирования вкладов физических лиц, институциональная среда, транзакционные издержки, формирование системы гарантирования вкладов.

Kondratskaia N. M.

National University of Water Management and Nature Resources Use

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS FORMING OF A DEPOSIT INSURANCE SYSTEM

Summary

The structure of the Deposit insurance system and its genesis are investigated. The changes in the volume of deposits and compensation payments at each stage of system development are analyzed. Basic problems and reasonable directions of improving the efficiency of the deposit insurance system formation and regulation are substantiated.

Key words: deposit insurance system, fund of deposits insurance, institutional environment, transaction costs, the formation of a deposit insurance system.

УДК 65.014.1:330.341.1:334.716

Гончар О. І.
Коновал В. В.

Хмельницький національний університет

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено сутність виробничого потенціалу, надано оцінку його особливостей, запропоновано заходи щодо управління виробничим потенціалом підприємств легкої промисловості в умовах системної нестабільності економіки.

Ключові слова: управління, виробничий потенціал, легка промисловість, текстильне виробництво, ресурси.

Постановка проблеми. Вирішальною умовою росту економіки нашої країни після важкої і тривалої економічної кризи в сучасних умовах стає розвиток науки і техніки. У зв'язку з цим зростає актуальність дослідження проблем, пов'язаних як з впровадженням наявних досягнень науки і техніки, так і з підвищенням ефективності використання всієї сукупності засобів і умов, що забезпечують постійне створення нової техніки, нових матеріалів, технологічних схем і інших нововведень, що визначають у кінцевому рахунку науково-технічний рівень виробництва, його виробничий потенціал.

Системна економічна криза без сумніву вплинула на усі галузі національної економіки, особливо її вплив відчутний на підприємствах легкої промисловості, які і на до кризовому етапі були у важкому економічному становищі. Спад виробництва, цінові та структурні диспропорції, зниження продуктивності праці, неплатоспроможність і незбалансованість відтворювальних процесів – все це є наслідками кризових явищ на макрорівні.

В цій ситуації більшість підприємств легкої промисловості опинилися в складному становищі. По-перше, масштаб існуючих на підприємствах потужностей став надто великим для того, щоб продукція при постійній загрузці виробничої потужності була затребувана ринком.

По-друге, пропозиція на ринку ресурсів виробництва і попит на ринку продукції підприємства нестабільні і непрогнозовані. Таким чином, підприємство, будучи достатньо забезпеченим виробничими ресурсами, змушене скорочувати або згортати виробництво, нести збитки, втрачати виробничі потужності і позиції на ринку.

Тому розробка перспективних рекомендацій щодо управління виробничим потенціалом підприємств легкої промисловості повинна ґрунтуватися на аналізі сформованих економічних тенденцій, підвищенні ефективності використання матеріальних і трудових ресурсів.

Саме тому в сучасних умовах проблеми управління потенціалом підприємств, зокрема виробничим потенціалом, як важливою складовою світової і національних економік, потребують швидкого вирішення. Адже виробничий потенціал підприємств забезпечує розвиток як конкретних суб'єктів господарювання, так і внаслідок їх раціонального поєднання – соціально-економічний розвиток національних економік та суспільства загалом.

Аналіз останніх досліджень. Питанням управління виробничим потенціалом підприємств займалися багато учених, таких як Авдеєнко В. Н., Должанський І. З., Загорна Т. О., Котлов В. А., Кузнецова С. А., Маркова В. Д., Хомяков В. І.,

Щелкунов В. І. Однак у зв'язку з новими тенденціями макроекономічної нестабільності управління виробничим потенціалом промислових підприємств, його використання вимагають подальшого розвитку, що і визначило вибір теми дослідження, його мету.

Цілі статті. Метою статті є представлення результатів дослідження щодо визначення і уточнення управління виробничим потенціалом підприємств легкої промисловості та розробка рекомендацій щодо управління виробничим потенціалом підприємств легкої промисловості в умовах системної нестабільності економіки з метою підвищення ефективності виробництва.

Виклад основного матеріалу. В науковій літературі традиційно виділяють такі види потенціалу, як виробничий, економічний, інтелектуальний, експортний, кадровий і інформаційний [1, с. 361]. Звичайно, що всі види потенціалу, як його частини, взаємопов'язані і відрізняються величиною вкладу в ефективність його використання. Важливу роль відіграє виробничий потенціал, який різними авторами розуміється по-різному. Деякі автори трактують його як сукупність технічного, технологічного та трудового потенціалу [2, с. 88] або як сукупність виробничих ресурсів цільового призначення, серед яких основні промислово-виробничі фонди, трудові ресурси, енергетичні ресурси, технологія, інформація [3, с. 208].

На думку Й. М. Петровича, виробничий потенціал – це сукупність ресурсів, а також наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг) [4, с. 220]. Трактують терміна «управління» здійснили науковці В. В. Яцура [5, с. 444], В. В. Стадник і М. А. Йохна [6, с. 464], О. С. Кузьмін та О. Г. Мельник [7, с. 384] та ін. Усі наведені вище автори зазначають, що управління – це цілеспрямована дія на об'єкт з метою змінити його стан або поведінку через зміну обставин.

Основою виробничого потенціалу підприємства є його виробничі потужності, які виражають можливість основних засобів підприємства щодо виробництва ними обсягу продукції.

Підприємства легкої промисловості сьогодні використовують 40-50 відсотків виробничих потужностей і готові збільшувати обсяги виробництва. На сьогоднішній день вітчизняні підприємства змушені орієнтуватися на зовнішні ринки, де високоякісні вітчизняні швейні та трикотажні вироби користуються значним попитом. Товари, що поставляються на експорт, із зазначених вище причин мають обмежені можливості реалізації на внутрішньому ринку. Легка промисловість України має максимально працювати на внутрішній

ринок, що дозволить додатково завантажити виробничі потужності підприємства та зменшити залежність від експортних поставок [8, с. 504].

Головне завдання легкої промисловості – забезпечення населення товарами першої необхідності. Основні фактори розміщення підприємств легкої промисловості – трудовий, споживчий, транспортний, сировинний. Тому підприємства галузі розташовані на території України досить рівномірно [9]. Сьогодні у галузі функціонує понад 10 тисяч підприємств, із них у текстильній промисловості – близько 2,5 тисячі, з виробництва готового одягу і хутра – близько 6 тисяч, шкіри і шкіряного взуття – близько 1,5 тисячі. Практично всі підприємства легкої промисловості приватизовані, а частка тих, що знаходяться у державній власності, становить менше 1%. Галузь складається із 17 підгалузей, володіє потужним виробничим потенціалом, здатним виробляти широкий спектр товарів широкого вжитку і промислового призначення [10, с. 5].

Проаналізуємо результати виробництва продукції підприємств легкої промисловості за 2009-2011 рр. На рис. 1. зображено темпи зростання та падіння виробництва продукції легкої промисловості за останні роки. Як видно з рисунку, у 2009-2010 рр. темпи падіння в області текстильного виробництва, виробництва одягу та виробів із хутра були найбільшими (18,7% і 27,8% відповідно), а також темпи падіння виробництва шкіри, виробів із шкіри та ін. були 3,6 у 2009 р. та 17,2% у 2010 р., що зумовлено впливом світової фінансово-економічної кризи та вступом України до СОТ. Було скасовано митні тарифи на товари легкої промисловості, які, у середньому, склали 8 % для тканин і 12% для одягу, що створило умови для нарощування імпорту цих товарів та загострення конкуренції на внутрішньому ринку. У свою чергу, у 2011 р. зростання виробництва текстилю, одягу та виробів із хутра склали 8,9 та 5,6% у виробництві шкіри та виробів із шкіри.



Рис. 1. Темпи зростання/падіння виробництва продукції легкої промисловості, % [11, с. 12]

Для більшого уявлення про дану галузь промисловості, проаналізуємо обсяги реалізованої продукції легкої промисловості у 2011 році. Як бачимо, реалізація продукції легкої промисловості у 2011 році становила 8529,7 тис. грн., з них текстильних виробів було реалізовано на суму 6039,1 тис. грн. або на 69,8% від загальної кількості реалізованої продукції, а також одягу та хутра було реалізовано на суму 2596,1 або на 30,2% від загальної суми (табл. 1).

Таблиця 1
Обсяг реалізованої продукції легкої промисловості у 2011 році [12, с. 306]

Показники	Обсяг реалізованої продукції	
	2011 рік	
	млн. грн.	до підсумку %
Легка промисловість	8529,7	100
Текстильне виробництво; виробництво одягу, хутра та виробів із хутра	6039,1	69,8
Текстильне виробництво, у тому числі:	3443	40,4
• прядіння текстильних волокон	129,8	1,5
• ткацьке виробництво	497,9	5,8
• виробництво готових текстильних виробів, крім одягу	1028,6	12,1
• виробництво інших текстильних виробів	1225	14,4
• виробництво трикотажних виробів	475,3	5,6
Виробництво одягу, виробництво хутра та виробів із хутра з нього;	2596,1	30,2
• виробництво одягу з текстилю	2479,2	29,1
• виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів з нього	2490,6	29,2
• виробництво шкіри	1057,5	12,4
• виробництво взуття	1304,4	15,3

Що стосується індексів за всіма видами продукції, то в 2009-2010 рр. спостерігається різке їх зниження в порівнянні з попередніми роками на 20,6% та 25,8%, відповідно. Кризові явища в країні у 2009-2010 рр. призвели до нестабільної роботи підприємств (неповний робочий тиждень, скорочений робочий день або повна зупинка підприємства на деякий період), що спричинило в результаті до спаду обсягів виробництва продукції легкої промисловості. Проте вже у 2011 році в легкій промисловості спостерігається поступове нарощування обсягів промислової продукції на 8,9% у порівнянні з 2010 роком.

Таблиця 2
Індекси обсягів виробництва за видами економічної діяльності за даними Держстату України наведені в таблиці (%) [13]

Промисловість України	2003р. до 2002р.	2004 р. до 2003 р.	2005 р. до 2004 р.	2006 р. до 2005 р.	2007 р. до 2006 р.	2008 р. до 2007 р.	2009 р. до 2008 р.	2010 р. до 2009 р.	2011 р. до 2010 р.
Легка промисловість	104,0	113,6	100,3	98,1	97,4	89,4	74,2	108,9	107,7
Текстильна промисловість та пошиття одягу	102,9	114,0	102,6	95,2	97,0	88,2	72,0	109,5	108,6
Виробництво шкіри та шкіряного взуття	107,5	112,5	91,9	110,3	99,4	95,8	84,1	106,6	104,0

Індекси обсягів виробництва промислової продукції легкої промисловості наведені у табл. 2.

Індекси промислової продукції легкої промисловості наведено у таблиці 3. У розрізі підгалузей легкої промисловості у 2011 році спостерігається поживлення виробництва продукції у взуттєвій та панчішно-шкарпетковій індустрії у порівнянні з 2009-2010 рр.

Таблиця 3
Індекси промислової продукції
легкої промисловості [13]

Показники	До попереднього року%		
	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Легка промисловість	89,4	74,2	108,9
Текстильне виробництво; виробництво одягу, хутра та виробів із хутра	88,2	72	109,5
Текстильне виробництво у тому числі:	92,1	72,6	116,9
виробництво інших текстильних виробів	102,6	67,7	102,6
Виробництво одягу% виробництво хутра та виробів із хутра з нього	85,8	71,6	104,7
виробництво одягу з текстилю	85,1	72	104,8
виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів з нього	95,8	84,1	106,6
виробництво шкіри	86,6	66	94,6
виробництво взуття	99,3	90,2	119,6

На ступінь використання виробничих потужностей підприємства і їх подальше нарощування впливає ряд факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Під зовнішнім середовищем розуміють економічну систему з постійною юридичною базою та сформованими ринковими інститутами, що складається з ринків факторів виробництва, цінних паперів і кінцевих товарів, попит і пропозиції на які в умовах системної нестабільності економіки, можуть змінюватись як плавно, так і різко.

Аналіз факторів внутрішнього середовища підприємства здійснюється з урахуванням тенденцій, що склалися в зовнішньому середовищі. У процесі цього аналізу перевіряється вся система господарювання підприємства та окремих його підрозділів щодо реалізації можливостей, які зовнішнє середовище надає підприємству, а також вживаються заходи щодо запобігання й послаблення загрози його існуванню, тобто виявляються сильні та слабкі сторони з оцінкою ймовірності реалізації перших і подолання останніх.

З огляду на особливості легкої промисловості можна виділити такі фактори, які мають значний вплив на величину виробничої потужності підприємства:

1. Зовнішні фактори: попит на текстильну продукцію; пропозиція ресурсів виробництва.

2. Внутрішні фактори: технічний рівень обладнання; ступінь досконалості технологічних процесів; рівень автоматизації і комп'ютеризації виробничих потужностей; якість і вид сировинної і матеріальної бази; ступінь освоєння технічного оснащення робітниками; продуктивність устаткування.

Вивчення цих факторів дозволяє більш детально оцінити виробничий потенціал в умовах легкої промисловості підприємства, так як у цьому випадку враховується попит на продукцію, пропози-

ція сировини для виробництва продукції, ступінь використання основних виробничих фондів, технологічна оснащеність умов виробництва, продуктивність праці тощо.

Також слід звернути увагу на структуру і віковий склад системи устаткування, що відбиває матеріальну основу виробничої потужності і є найбільш динамічним її елементом. Моральне старіння обладнання та технологій відбувається дуже стрімко. Основні фонди підприємств легкої промисловості зношені на 80-90%, а це означає, що практично втрачено відтворювальний процес.

Через застарілість основних фондів, підприємства легкої промисловості фізично неспроможні запроваджувати радикальні інноваційні зміни, а відсутність фінансових ресурсів не дозволяє здійснити необхідну технічну перебудову [14, с. 92].

Отже, спад виробництва, негативні структурні диспропорції, які сформувалися в легкій промисловості України, сьогодні не дозволяють говорити про ефективне управління виробничим потенціалом без здійснення активних антикризових заходів.

Важливим чинником при запровадженні антикризових заходів на підприємстві є оцінка макроекономічної ситуації, яка на сьогоднішній день набула рис системної нестабільності економіки. При цьому така нестабільність характеризується нестабільністю пропозицією на ринку ресурсів виробництва і попитом на ринку продукції підприємства.

У зв'язку з такою структурою нестабільності економіки виникає дилема вибору між двома стилями управління – адаптивним або корекційним.

Суть даної управлінської дилеми полягає в тому, що можна максимізувати прибуток в короткостроковому періоді, намагаючись отримати кошти на реалізацію корекційної програми, а можна використовувати всі наявні ресурси для якнайшвидшої реалізації корекційної програми в розрахунок на збільшення прибутку в майбутньому.

Отже, основою управління виробничим потенціалом за умов системної нестабільності економіки є поділ управління на короткостроковий і довгостроковий період, тобто на адаптивне і корекційне. При цьому, як уже зазначалось, системна нестабільність економіки характеризується коливанням попиту на продукцію підприємства. Розглянемо чотири фази коливання попиту і запропонуємо заходи щодо управління виробничим потенціалом підприємства в кожній із цих фаз.

1. Фаза обвалу виникає при різкому зниженні попиту на продукцію і прогнозах майбутнього його зниження. Прогнозуючи, що попит буде падати, керівник повинен утилізувати частину виробничих ресурсів і знизити виробництво в короткостроковому періоді.

2. Фаза спаду. Якщо керівник прогнозує, що різке зниження попиту на продукцію підприємства незабаром зміниться зростанням попиту, то він може прийняти рішення про незначне скорочення обсягу виробництва і збереження всіх виробничих потужностей. При цьому підприємство може довгий час накопичувати готову продукцію на складі.

3. Фаза сплеску характеризується стрибком попиту на продукцію, який носить тимчасовий характер. Повна загрузка існуючих виробничих потужностей і використання всіх наявних ресурсів не завжди повністю покривають ринкову потребу в продукції, а створення додаткових потужностей є ризикованим кроком, оскільки при фазі сплеску немає чітких прогнозів попиту на продукцію.

4. Фаза підйому. Зіткнувшись із стрибком попиту на продукцію і тенденцією його зростання, керівник вимушений максимально загрузити виробничі потужності (за необхідності, залучити додаткові ресурси) і використовувати всі можливості для реалізації корекційної програми, яка передбачає створення нових виробничих потужностей, в іншому випадку підприємство втратить позиції на ринку.

Висновки. Виробничий потенціал є складною системою можливостей підприємства, сукупністю

виробничих ресурсів, які дозволяють ефективно здійснювати виробничий процес. В умовах системної нестабільності економіки взаємозв'язки в економіці порушуються і саме від здатності підприємства реагувати на зміни і адаптуватися до складної ситуації залежить якісна динаміка виробничого потенціалу. Застосування рекомендацій щодо управління виробничим потенціалом в умовах нестабільності попиту на продукцію підприємств легкої промисловості дасть змогу підвищити ефективність його використання.

Список літератури:

1. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К. : Кодор, 2007. – 400 с.
2. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 88 с.
3. Авдеенко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М.: Экономика, 1995. – 208 с.
4. Петрович Й. М. Економіка виробничого підприємства / Й. М. Петрович, І. О. Будіщева, І. Г. Устінова. – К. : Тов-во «Знання», КОО, 2002. – 220 с.
5. Яцура В. В. Менеджмент : навч. посібн. / В. В. Яцура, О. П. Жук. – Львів : Вид центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2008. – 444 с.
6. Стадник В. В. Менеджмент : підручник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.
7. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посібн. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – Вид. 3-тє [перероб. та доп.]. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2007. – 384 с.
8. Царенко О. В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: формування, теорія та практика : монографія. / О. В. Царенко. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. – 504 с.
9. Інформаційно-аналітичні та довідкові матеріали до засідання кабінету міністрів України з питання вступу України до світової організації торгівлі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wto.gov.ua/ukr/index>.
10. Медведєв Ю. Стан легкої промисловості в 2007 році / Ю. Медведєв // Легка промисловість. – 2007. – № 4. – С. 5-7.
11. Реструктуризація промисловості України у процесі посткризового відновлення: аналіт. доп. / О. В. Собкевич, А. І. Сухоруков, В. Г. Савенко, С. Л. Воробйов, за заг. ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2011. – 12 с.
12. Промисловість України у 2009-2011 роках : статистичний збірник // [за редакцією Л. М. Овденко]. – Київ : ТОВ «Август Трейд», 2011. – 306 с.
13. Заключний звіт про результати виконання державної програми розвитку промисловості на 2003-2011 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : pra.gov.ua/files/zvit/zvit-prom-2011.doc.
14. Микитюк Н. Я. Обліково-аналітична інформація в системі управління / Н. Я. Микитюк // Інноваційна економіка. – 2009. – № 3. – С. 92-95.

Гончар О. І.

Коновал В. В.

Хмельницький національний університет

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ СИСТЕМНОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ЭКОНОМИКИ

Резюме

В статье исследована сущность производственного потенциала, с учетом оценки ее функции, предлагаются меры для управления производственным потенциалом предприятий легкой промышленности в условиях системной нестабильности экономики.

Ключевые слова: управление, производственные мощности, легкая промышленность, текстильное производство, ресурсы.

Gonchar O. I.

Konovall V. V.

Khmelnytskyi National University

MANAGEMENT OF THE PRODUCTION POTENTIAL OF ENTERPRISES OF LIGHT INDUSTRY IN THE FACE OF SYSTEMIC INSTABILITY OF THE ECONOMY

Summary

In the article the essence of the productive capacity, given by its features, proposed measures for the management of the production potential of enterprises of light industry in the face of systemic instability housekeeper.

Key words: management, production capacity, light industry, textile production, resources.

УДК 343.13;336.227.1

Копитко М. І.

Львівський державний університет внутрішніх справ

РЕЙДЕРСТВО ЯК ПРОБЛЕМА ДЛЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У статті зосереджено увагу на проявах недружніх поглинань як вагомого фактора впливу на рівень економічної безпеки підприємств. Акцент дослідження зроблено на передумовах виникнення та поширення проблеми рейдерства в Україні. Запропоновано авторський підхід до формування структури рейдерства на вітчизняному просторі.

Ключові слова: корпоративні злиття та поглинання, недружні злиття, рейдерство, економічна безпека, загроза діяльності.

Постановка проблеми. Злиття і поглинання впродовж останніх десятиліть є проявом інтеграційних процесів, які притаманні ринковій економіці. Процес злиття і поглинань (*Merger and Acquisition – M&A*) активно набрав обертів з моменту появи банківських установ, публічних акціонерних товариств та розвитку фондового ринку, на якому здійснювалася купівля-продаж акцій цих підприємств. Основною метою таких процесів є встановлення контролю, яке дозволить розпоряджатися підприємством, його активами, потенціалом. Досить часто метою процесів M&A є ряд інших потреб, перелік яких наведено на рис. 1.

Продовж останніх років різко зростає кількість недружніх захоплень та поглинань, що суттєво вплинуло на умови ведення бізнесу на вітчизняному просторі. Така ситуація ускладнює умови для перспективного розвитку підприємств і створює серйозну проблему для економічної безпеки цих суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Вперше «рейдерство» як протиправне заволодіння підприємством було визначене в Декларації цілей та завдань державного бюджету на 2008 рік, схваленої Постановою Кабінету Міністрів України від 01.03.2007 р. [4]. Цікавим фактом є те, що у вітчизняному законодавстві відсутнє тлумачення процесів злиття та поглинання і рейдерства, зокрема. Це створює додаткові проблеми для регулювання даної сфери та протидії недружнім поглинанням, що переростає у серйозну небезпеку для українського бізнесу. Тому під рейдерством розумітимемо дії, спрямовані особою на набут-

тя певно особою прав на майно або контроль над суб'єктом господарювання без згоди власника чи уповноваженої особи, що відбувається внаслідок спланованого конфлікту відповідно до певного сценарію, який має правове обґрунтування та мотивацію [5].

Виділення невирішених раніше частин проблеми. У зв'язку із наростанням напруженості в українському суспільстві досить часто процеси поглинання здійснюються всупереч закону чи бажанню власників (акціонерів). Тому виникає потреба ідентифікації та диференціації цих процесів в Україні.

Ціль статті полягає у дослідженні особливостей, структури та ідентифікації передумов масовості рейдерських захоплень вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу. За умов ринкової економіки досить поширеними способами раціоналізації ведення діяльності підприємств різних галузей народного господарства є здійснення інтеграційних процесів. Це дозволяє мінімізувати ризики та оптимізувати господарський процес. Але не завжди такі дії здійснюються за згодою сторін. Досить поширеними є випадки недружніх поглинань, про ефективність яких важко стверджувати однозначно. Спроба поділу процесів поглинань на корпоративному ринку України представлена на рис. 2.

Особливої уваги заслуговують рейдерські поглинання через їх масовість та загрозовий характер для безпечного функціонування підприємств. Негативний ефект рейдерства проявляється у руй-

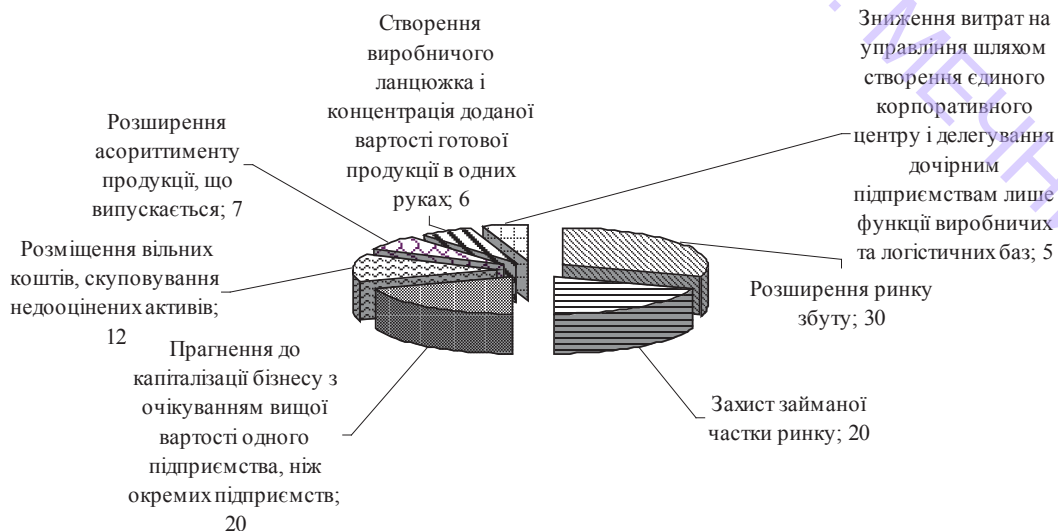


Рис. 1. Мета операцій злиття та поглинання на корпоративному ринку, %

Джерело: розроблено автором на основі [1, 2, 3]



Рис. 2. Види операцій поглинання на корпоративному ринку України

Джерело: розроблено автором на основі [1, 3, 6, 7]

нуванні вітчизняного бізнесу, стимулюванні банкрутства, загостренні проблем та конфліктності у корпоративному секторі економіки, особливим моментом є те, що рейдерські атаки здебільшого спрямовані на найприбутковіші підприємства, що суттєво впливає на функціонування окремих галузей та народного господарства загалом, ускладнюють процес захисту прав власності, сприяють зниженню продуктивності праці та є одним з першопричин поширення негативного іміджу України на міжнародній арені, крім того, створюють перешкоди для розвитку малого та середнього бізнесу, гальмують розвиток конкурентного середовища і сприяють монополізації економіки. За оцінками експертів тиск рейдерів на бізнес щороку знижує темпи зростання економіки України на 1-2% [8, с. 232]. Не можна ігнорувати наслідки і для соціальної сфери, адже рейдерські захоплення провокують суспільне напруження та сприяють поширенню хаосу, що в результаті негативно позначаються на якості робочої сили, її вмотивованості та бажанні працювати на результат.

Зазначений негативний вплив проявляються внаслідок значного поширення рейдерства з часів здобуття Україною незалежності, при чому спад за понад 20 років не спостерігається. Вражаючи є характеристики та результати рейдерства в Україні:

- в Україні діє щонайменше 40-50 спеціалізованих рейдерських груп, до складу яких входять висококваліфіковані юристи, економісти, аналітики;
- кількість рейдерських атак щороку варіює в межах 3 тис.;
- результативність кожної рейдерської атаки – понад 90 %;
- щорічний обсяг сегмента поглинань і злиття (без приватизації) в Україні становить понад 3 млрд. дол. США;
- середньостатистична норма прибутку рейдера в Україні близько 1000%;
- щорічний тінновий бюджет українських рейдерських компаній складає понад 5 млрд. дол. США;
- кримінальна спрямованість рейдерства в Україні, яка проявляється через залучення збройних формувань та правоохоронних органів тощо [9].

Диференційованою є і географічна орієнтація рейдерства, так найбільш активні рейдери є в Києві, Криму та Закарпатті, причому у 2011 р. в Києві щотижня фіксувалося 2-3 захоплення підприємств, а по Україні загалом – 10-20 [10].

Не можна не прийняти до уваги факти, наведені у праці [11], які демонструють думку фахівців EBRD, що віднесли Україну до групи країн з найгіршою якістю корпоративного законодавства (поряд з Азербайджаном, Білоруссю і Таджикистаном) та істотними недоліками державної політики в цій галузі. Цікавим є те, що Російська Федерація, Вірменія, Казахстан, Молдова, Латвія й Литва, віднесені до групи країн, законодавство яких практично повністю відповідає міжнародним стандартам.

У зв'язку з таким значним поширенням рейдерства постає проблема ідентифікації його причин. З врахуванням досліджень [1, 6, 12, 13] можна стверджувати, що передумовою рейдерства в Україні є:

I. Економічні чинники:

- відсутність повноцінного ринкового середовища;
- нерозвинутий фондовий ринок;
- активний перерозподіл власності між фінансово-промисловими групами;
- недооцінка активів;
- неефективність управління підприємствами;
- галузева монополізація;
- значні суми боргів;
- бажання інвесторів контролювати суб'єкт господарювання;
- відсутність чітких критеріїв визначення реальних корпоративних рішень, механізмів відповідальності менеджерів та контролюючих акціонерів;
- відсутність прозорості у діяльності суб'єктів господарювання;
- відсутність високоефективних служб економічної безпеки підприємств;
- корупція.

II. Юридичні чинники

- сумнівна передісторія приватизації підприємств
- недосконалість законодавства;
- недостатність регламентації вимог до облікової системи ринку цінних паперів та процедури реєстрації юридичних осіб;
- відсутність важелів для створення гарантій прав власності при наявності рішення суду;

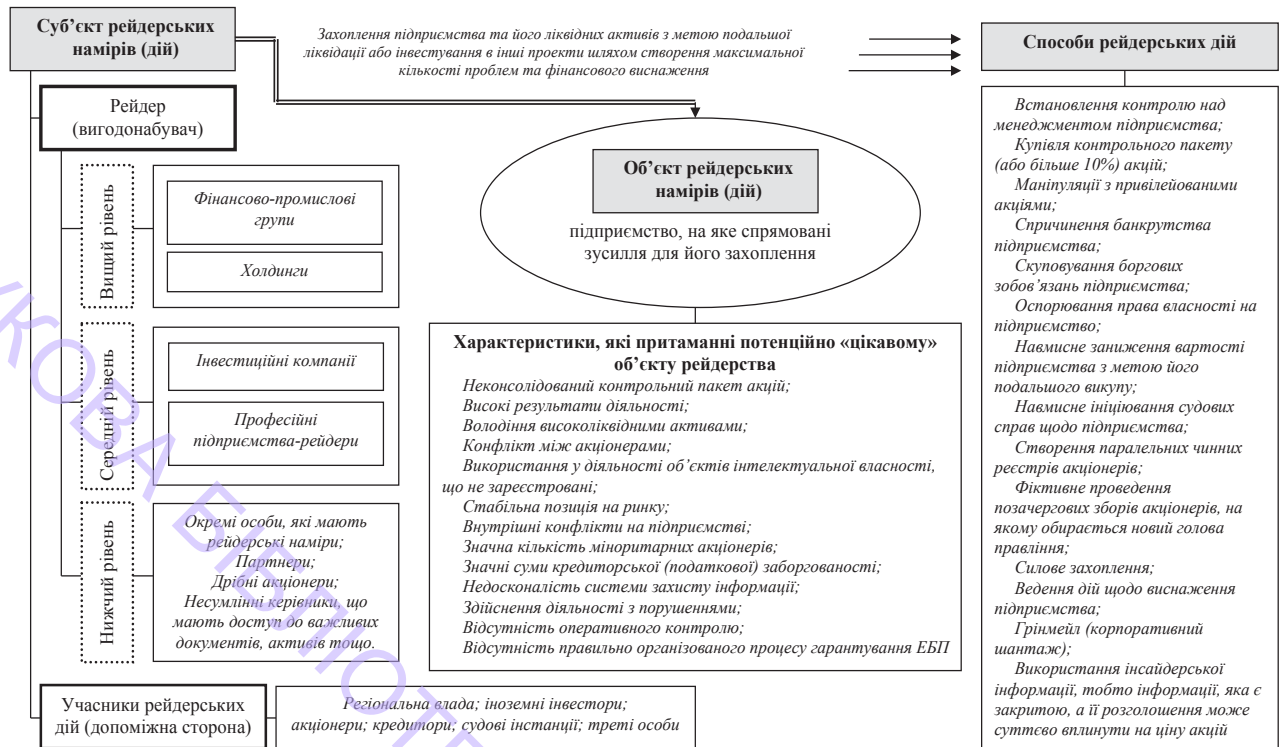


Рис. 3. Структура рейдерства в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [1, 6, 13, 14].

- безкарність рейдерів;
- недостатність контролю зі сторони держави;
- неефективність судової влади;
- тісний взаємозв'язок політики та законодавчої влади.

III. Соціальні чинники

- виникнення корпоративних конфліктів;
- зовнішні конфлікти;
- недосконалі кадрові політика підприємства;
- людський фактор;
- неорганізованість фізичної безпеки на підприємстві.

IV. Технологічні чинники:

- вмале використання інформації «агресорами»;
- недоліки в гарантуванні інформаційної безпеки підприємств.

V. Зовнішні чинники:

- імпорт рейдерських капіталів, технологій, методів та груп.

Найчастіше увагу рейдерів привертають компанії, які:

- володіють ліквідним майном;
- володіють налагодженими виробничим та торговельним процесами;
- серед засновників чи акціонерів мають неврегульовані конфлікти;
- нехтують механізмами інформаційної прозорості діяльності компанії.

Структура рейдерства передбачає взаємозв'язок суб'єктів рейдерських дій та об'єкта (підприємства), щодо якого планується/здійснюється захоплення. Авторський підхід до аналізу структури рейдерства у вітчизняній практиці представлено на рис. 3.

Висновки і пропозиції. Таким чином, проаналізовано проблему рейдерства в Україні, яку варто розглядати як вагому загрозу розвитку бізнесу та ефективному функціонуванню суб'єктів промислового сектору. Подальші дослідження варто спрямувати у сферу протидії рейдерству та розробленні рекомендацій для захисту корпоративних інтересів представників промисловості від недружніх поглинань.

Список літератури:

1. Рейдерство: витоки, процедури, способи запобігання : монографія / О.А. Бурбело, Г.В. Козаченко, Ю.С. Погорелов, С.О. Бурбело. МВС України, Луганський державний університет внутрішніх справ ім. Е.О. Дідоренка. – Луганськ : РВВ ЛДУВС ім. Е.О. Дідоренка, 2012. – 184 с.
2. Борисов Ю. Корпоративное рейдерство как социально-экономическое явление в мировой экономике : аналитический доклад. – М. : Первый институт корпоративного права, 2007. – 122 с.
3. Ионцев М.Г. Корпоративные захваты: слияния, поглощения, гринмейл : монография / М.Г. Ионцев. – М. : Ось-89, 2008. – 272 с.
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 01.03.2007 р. № 316 «Про схвалення Декларації цілей та завдань державного бюджету на 2008 рік (Бюджетної декларації)» // ВРУ. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/257-2007-n>.
5. Суботник Р.В. Рейдерство в сучасній Україні / Суботник Р.В. // Актуальні питання господарського та цивільного права. Науково-практичний журнал, 2008. – № 6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.journal.yurpraintel.com.ua/2008/6/article09/>.
6. Лазуренко В.И., Лазуренко О.В. Корпоративные конфликты. Рейдерство / Под. общ. ред. В.И. Лазуренко. – Донецк : Донбасс, 2011. – 588 с.
7. Єфіменко А. Рейдерство або ринок контролю [Електронний ресурс] / А. Єфіменко // Юридичний журнал. Видавнича організація «Юністіан». – Режим доступу : <http://justinian.com.ua.article.php?id=3072>.

8. Живко З.Б. Економічна безпека підприємства: сутність, механізм забезпечення та управління : монографія / З.Б. Живко. – Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. – 260 с.
9. Ратошнюк І.М., Стеф'юк Т.Д. Особливості рейдерства в Україні: проблеми та шляхи їх подолання [Електронний ресурс] / І.М. Ратошнюк, Т.Д. Стеф'юк // – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Economics/3_111324.doc.htm.
10. Андрей Семидидько: «Сейчас даже физические лица стали рейдерами» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://24.ua/news/show/id/55282.htm>.
11. Кушерець Д.В. Правова політика протидії рейдерству / Д.В. Кушерець // Науковий вісник Чернівецького університету – Випуск 644. Правознавство, 2013. – С. 101-104
12. Как защитить бизнес от рейдерства. – Самара, 2013. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.kinelgorod.ru/doc/prok_inform.pdf.
13. Шинкаренко В.Г., Максимов В.В. Рейдерство в Україні: причини та наслідки / В.Г. Шинкаренко, В.В. Максимов // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2009 – № 28. – С. 79-81.
14. Ісар І.В. Рейдерство в Україні: причини виникнення та шляхи подолання [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Pravo/12_57137.doc.htm.

Копытко М. И.

Львовский государственный университет внутренних дел

РЕЙДЕРСТВО КАК ПРОБЛЕМА ДЛЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Резюме

В статье сосредоточено внимание на проявлениях недружественных поглощений как весомого фактора влияния на уровень экономической безопасности предприятий. Акцент исследования сделан на предпосылках возникновения и распространения проблемы рейдерства в Украине. Предложен авторский подход к формированию структуры рейдерства на отечественном пространстве.

Ключевые слова: корпоративные слияния и поглощения, недружественные слияния, рейдерство, экономическая безопасность, угроза деятельности.

Kopytko M. I.

Lviv State University of Internal Affairs

RAIDING AS A PROBLEM FOR BUSINESS IN UKRAINE

Summary

This paper focuses on the forms of hostile takeovers as an important factor influencing the level of economic security. The focus of research is on preconditions of origin and distribution of raiding in Ukraine. Offered author's approach to structure raiding in the domestic space.

Key words: corporate mergers and acquisitions, hostile mergers, raiding, economic security, threat activities.

УДК 338.486.4

Корнілова Н. В.

Черкаський державний технологічний університет

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МОДЕЛІ ЖИТТЄВИХ ЦИКЛІВ

У статті досліджені основні підходи до управління організаційним розвитком підприємства. Проведена порівняльна характеристика моделей життєвих циклів організації вітчизняних і зарубіжних авторів. Розроблена комплексна модель життєвого циклу туристичного підприємства, найбільш прийнятна для управління організаційним розвитком.

Ключові слова: управління організаційним розвитком, модель життєвого циклу, етапи життєвого циклу туристичного підприємства.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку постіндустріального суспільства Україна переживає складний процес трансформації, що супроводжується глибокими змінами в економічному, політичному і культурному житті на самих різних рівнях. Разом з даними процесами в країні міняються підходи до управління організаціями, визначальними чинниками розвитку туристичних підприємств стають гіперконкуренція і глобалізація, невизначеність і турбулентність зовнішнього середовища, швидке масове розповсюдження інформаційних технологій. Теперішній час характеризується різноманітним концепцій і технологій управління, які, проте, носять фрагментарний характер і використовуються для вирішення вузьких спеціальних завдань.

У багатьох дослідженнях, присвячених розвитку туристичних підприємств, відмічено, що найбільш поширеним недоліком, що не дозволяє сформулювати майбутній управлінський потенціал організації, є невідповідність компонентів системи управління підприємством і незнання закономірностей організаційного розвитку. Тому основною проблемою ефективного функціонування туристичних підприємств є проблема їх адекватного переходу до нових принципів господарювання, обумовлених новими економічними реаліями. Розвиток, у свою чергу, неможливий без визначення загальних тенденцій, особливостей кожної стадії життєвого циклу організації і прогнозування необхідних змін.

Аналіз останніх досягнень і публікацій. Теоретичні проблеми організаційного розвитку, життєві цикли господарюючого суб'єкта досліджені в роботах таких українських і російських учених як І. Адізес, Л. Базілевич, А. Большаков, А. Колос, Б. Мільнер, С. Оборська, А. Пушкар, О. Раєвнева, Е. Смирнов, Н. Тренев, А. Трідед, С. Шершньова та інші [1-8].

До найбільш відомих зарубіжних моделей життєвого циклу належать моделі Л. Грейнера, Л. Данко, Б. Скотта і Р. Брюса, Р. Куїна і К. Камерона, Э. Фламхольца, Г. Ліппіта і У. Шмідта, Ч. Хофера і Д. Шенделя ін. [9-19].

Незважаючи на значний внесок у вирішення проблеми вказаними ученими, управління організаційним розвитком з урахуванням життєвого циклу є недостатньо вивченою сферою теоретичного менеджменту. Питання управління організаційним розвитком з урахуванням життєвого циклу в туристичній діяльності недостатньо пропрацьовано. Подальша їх розробка і адаптація до специфіки даної діяльності дозволить організаціям підвищити стратегічну стійкість і конкурентоспроможність. Все вищесказане зумовило мету дослідження.

Мета дослідження. Розробити комплексну модель життєвого циклу туристичного підприємства для управління організаційним розвитком.

Виклад основного матеріалу. Управління організаційним розвитком на основі моделі життєвих циклів дає можливість визначати напрям необхідних перетворень і послідовно і цілеспрямовано проводити зміни. В даний час в економічній науці опис життєвих циклів носить переважно якісний характер, в практичній діяльності застосування моделі життєвих циклів досить обмежене із-за недостатнього опрацювання окремих методологічних моментів.

Дослідники теорії життєвих циклів організації використовують різні підстави для опису їх характеристик, що змінюються на різних стадіях розвитку. Учені розробили і представили досить велику кількість моделей життєвих циклів організації, на даний час між різними дослідниками немає єдиної думки щодо кількості стадій і підходу до їх визначення.

У роботі проведена порівняльна характеристика моделей життєвих циклів організації у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Встановлено, що в основі кожної моделі життєвих циклів покладено один елемент, який автори визначили як найважливіший для пояснення процесів зміни і розвитку організації (табл. 1).

Таблиця 1
Порівняльна характеристика моделей життєвих циклів організації у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених

Автори моделі	Характеристика моделі
Моделі закордонних вчених	
Г. Ліппіт і У. Шмідт [9]	Сформульовано шість завдань управління, які змінюються від стадії до стадії. Перехід залежить від зміни стратегії, системи управління, організаційної структури і впливу власників бізнесу.
Л. Грейнер [10]	Розвиток організації визначений організаційною історією, а не зовнішніми чинниками. Перехід з однієї стадії до іншої здійснюється через подолання кризи.
Л. Данко [11]	Модель складається з 5 етапів. Перехід супроводжується кризами і змінами в організаційній структурі й культурі.
У. Торберт [12]	У моделі розвиток пов'язаний з набуттям досвіду і зміцненням відчуття спільності персоналу. Механізми розвитку не уточнюються.
Ч. Хофер та Д. Шендель [13]	Представлено моделлю нестійких процесів, яка оперує якісними показниками. Описані проблеми перехідних моментів, що виникають між фазами розвитку.

Д. Кац і Р. Кан [14]	У моделі три стадії розвитку – стадія простих систем, стійка стадія і стадія розробки структур. Спирається на представлення організації у вигляді складної відкритої системи.
Д. Гелбрейт [15]	У організації стадії розвитку визначають основне завдання управління, для вирішення якої потрібні різні структури, процеси ухвалення рішень і системи мотивації.
Р. Куїні і К. Камерон [16]	Організація проходить через чотири стадії розвитку, автори роблять акцент на ефективності діяльності організації та її критеріях на різних стадіях.
Д. Міллер і П. Фрізен [17]	Модель описує 5 стадій: народження, зростання, зрілість, відродження і руйнування. У основу покладені відмінності між стратегією, структурою і методами ухвалення рішень.
У. Мітчелл та ін. [18]	В процесі розвитку є певні правила, прояв яких приводить до сегментації на стадії або проміжки часу.
Е. Фламхольц [19]	Структура розвитку включає шість зон, що є підставою у визначенні того, чи буде організація успішною на кожній певній стадії зростання.
Моделі українських і російських вчених	
І. Адізес [1]	У основі моделі лежить уподібнення організації живому організму. Модель є самою багатостадійною і вивченою.
Л.А. Базілевич [2]	Для оцінки етапів використовуються техніко-економічні показники. Модель описує кількісні й якісні перетворення в організації.
А.С. Большаков [3]	Модель, що дозволяє оцінити рівень розвитку організації в системі координат «ефект – ресурсне забезпечення» на кожній з 4 стадій і визначити тип розвитку організації.
Б.З. Мільнер [4]	У моделі 5 етапів, в яких виділені стадії, які необхідно оцінювати за допомогою певних чинників.
А.І. Пущкар, А.Н. Тридед, А.Л. Колос [5]	Траєкторія розвитку може мати різні види залежно від антикризової стратегії. При оцінці використовуються абсолютні і відносні показники рівня розвитку.
Е.В. Раєвська [6]	Розрізняються стадії висхідного і низхідного розвитку, виділяється шість фаз.
Е.О. Смирнов [7]	У моделі описується 5 фаз, а як критерій їх оцінки використовується показник об'єму реалізованої продукції.
С.Е. Шершньова та інші [8]	У моделі виділяється 5 стадій, кожна з яких можна оцінювати за допомогою показників ефективності діяльності.

Представлений аналіз досліджень в області концепції життєвих циклів організацій показує, що існують певні розбіжності щодо кількості стадій життєвого циклу, їх назв і характеристик. На думку автора, джерелом цих відмінностей виступає розрив між теоретичними і емпіричними дослідженнями.

Проведені автором дослідження показали відсутність чітко певних оцінок кожного етапу, що приводить до неоднозначності виділення як кількості самих етапів життєвого циклу організації, так і вибору стратегії на кожному з них.

В даний час необхідна розробка системи комплексних показників для визначення етапів життєвого циклу і управління організаційними змінами. Розділення і наочне дослідження змін і розвитку туристичних підприємств з метою забезпечення їх адекватного уявлення і подальшої ефективної

взаємодії може стати істотним кроком у вдосконаленні сучасної системи управління туристичним підприємством.

Погляд на туристичне підприємство крізь призму стадій розвитку дозволяє точно ідентифікувати її основні цільові і стратегічні установки і орієнтації. Більш того, виникає можливість визначити, в якому ступені вони адекватні внутрішній ситуації в організації.

Таким чином, основою розробки і здійснення цілеспрямованих змін на туристичному підприємстві стає все різноманіття змін впродовж життєвого циклу, комплексна модель якого представлена в наступному вигляді на рис. 1.

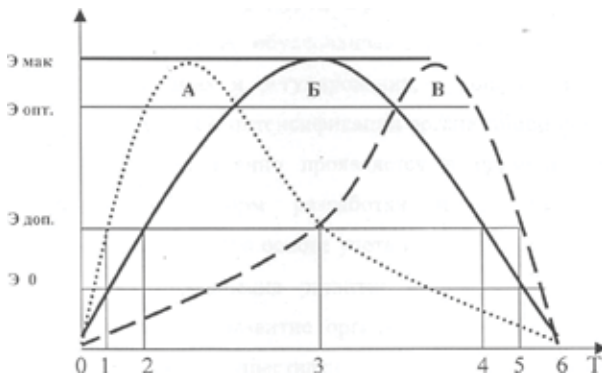


Рис. 1. Комплексна модель життєвого циклу туристичного підприємства (авторська розробка)

Розроблена автором модель відбиває зміну розвитку життєвого циклу туристичного підприємства в діапазоні основних конфігурацій А, Б і В, обумовлених комплексом різноманітних чинників розвитку. Так, конфігурації А відповідає форсування на стадії становлення розвитку, що змінюється плавним і тривалим зниженням ефективності функціонування.

Симетрична нею конфігурація В, навпаки, відображає поступове становлення і розвиток організації, що змінюється в завершленні життєвого циклу бурхливим підйомом, а потім різким падінням ефективності її діяльності.

Центральна конфігурація Б відображає найбільш конструктивну модель розвитку туристичного підприємства, що безпосередньо виходить з аналізу емпірично допустимої і оптимальної ефективності, крапок, що розраховуються в проєкціях, 1-6. Ці конфігурації траєкторії розвитку туристичного підприємства є основою розробки, вибору і реалізації стратегії і тактики організаційних змін в умовах тієї або іншої моделі розвитку. Вони дозволяють співвіднести і пов'язати напрями, тенденції і темпи організаційних змін з характеристиками життєвого циклу туристичного підприємства.

Висновки. На основі дослідження наукових праць зарубіжних та вітчизняних вчених, розроблено найбільш прийнятну для управління організаційним розвитком модель життєвого циклу туристичного підприємства. Кожен етап життєвого циклу туристичного підприємства можна оцінити за допомогою різних параметрів виробничого, фінансового, інвестиційного і інших аспектів діяльності. Слід зазначити, що кожному етапу життєвого циклу відповідає свій необхідний набір організаційних змін.

Список літератури:

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации [Текст] / под науч. ред. А.Г. Сеферяна. – СПб. : Питер. – 2007. – 384 с.
2. Базилиевич Л.А. Автоматизация организационного проектирования / Л.А. Базилиевич. – Л. : Машиностроение, 1989. – 176 с.
3. Большаков А. Менеджмент / А. Большаков. – СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
4. Мильнер Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. – М. : Инфра-М, 1998. – 336 с.
5. Пушкарь А.И. управление: стратегии, модели, механизмы : монография / А.И. Пушкарь, А.Н. Тридид, А.Л. Колос. – Х. : ХГЭУ, 2001. – 452 с.
6. Раевнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія / О.В. Раєвнева. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
7. Смирнов Э.А. Основы теории организации / Э.А. Смирнов. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 375 с.
8. Шершнева З.Е. Стратегическое управление / З.Е. Шершнева, С.В. Оборская. – К. : КНЭУ, 1999. – 384 с.
9. Lippitt G., Schmidt W. Crises in a Developing Organization / G. Lippitt, W. Schmidt // Harvard Business Review, 1967, – 45(6), – P. 102-112.
10. Larry E. Greiner. Evolution and Revolution as Organizations Grow / Larry E. Greiner // Harvard Business Review 50. July/August 1972. – P. 37-46. Інформаційний ресурс. – Режим доступу : <http://hbr.org/1998/05/evolution-and-revolution-as-organizations-grow>.
11. William L. Danko. Evaluation of Juror Management / William L. Danko // Cuyahoga County, Ohio 1993. – 86 p.
12. Torbert W. Organizational transformation as a function of CEOs' developmental stage / W. Torbert // Organization Development Journal, 1998. – 16 (1). – P. 11-28.
13. Charles D. Schewe. Marketing, Principles and Strategies / Charles D. Schewe // Random House, 1987. – 673 p.
14. Katz D. The Social Psychology of Organizations. (2nd Edition). / D. Katz, R. Kahn. – New York : Wiley, 1966. – 246 p.
15. Galbraith, J. Designing Dynamic Organizations: A Hands-On Guide for Leaders at All Levels / Galbraith, J., Downey, D., & Kates, A. – New York : AMACOM, 2002. – 137 p.
16. Quinn R. Paradox and Transformation: Toward a Theory of Change in Organization and Management / R. Quinn, K. Cameron. – Cambridge, MA : Ballinger. – 81-121p.
17. Miller D. Momentum and Revolution in Organizational Adaptation / D. Miller, P.H. Friesen // Academy of Management Journal, 1980. – 23(4). – 591-614 p.
18. Mitchell R. K. Stakeholder theory: Impact and prospects / R. K. Mitchell // Book Review. – Phillips, R. A. (Ed). Organization Studies, 2012. – October 2012 (33). –1407-1411p.
19. Flamholtz E. Managing Organizational Transitions: Implications for Corporate and Human Resource Management / E. Flamholtz // European Management Journal. – Volume 13. – Number 1, March 1995, – pp. 39-51(13).

Корнилова Н. В.

Черкасский государственный технологический университет

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ**Резюме**

В статье исследованы основные подходы к управлению организационным развитием предприятия. Проведена сравнительная характеристика моделей жизненных циклов организации отечественных и зарубежных авторов. Разработана комплексная модель жизненного цикла туристического предприятия, наиболее приемлемая для управления организационным развитием.

Ключевые слова: управление организационным развитием, модель жизненного цикла, этапы жизненного цикла туристического предприятия.

Kornilova N. V.

Cherkasy State Technological University

MANAGEMENT OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISE ON BASIS OF LIFE CYCLES MODEL**Summary**

In the article the basic approaches to the investigations of the management organizational development of enterprise is explored. Comparative description of the life cycles models of organization of domestic and foreign authors is conducted. An integrated life-cycle model of tourist enterprises, the most appropriate for management of organizational development, is developed.

Key words: management of organizational development, model of life cycle, stages of life cycle of tourist enterprise.

Визначальними ознаками активності інвестиційних процесів протягом 2007-2011 р. на даних територіях є високий індекс інвестицій в основний капітал (близько 2) та значна частка інвестицій у загальному обсязі реалізованої продукції (майже 30%).

Низький рівень інвестиційної активності мають сільські території 5 адміністративних районів області (Андрушівського, Коростенського, Народицького, Радомишльського та Романівського), економіка яких характеризується низьким індексом інвестицій (нижче 1) та незначною часткою інвестицій у валовому доході від реалізації продукції. На сільських територіях решти 14 районів інвестиційні процеси мають середній рівень активності, про що свідчать індекс інвестицій в основний капітал на рівні 1 та їх частка у валовому доході близько 20%. Слід зазначити, що найбільшу частку інвестицій, спрямованих на розвиток сільських територій, протягом 2007-2011 р. було використано у Новоград-Волинському та Житомирському районах.

Результати аналізу ідентифікуючих тенденцій розвитку інвестиційних процесів на сільських територіях Житомирської області дають підстави зробити **висновок** про зниження їх активності у 2009-2010 рр. під впливом чинників макроекономічного характеру. Поступове відродження національної економіки та лібералізації зовнішньоекономічної політики держави починаючи з 2011 р. справили стимулюючий вплив на інвестиційні процеси, результатом якого на регіональному рівні стало підвищення їх активності на сільських територіях. Реалізація масштабних інвестиційних проектів за участю державних інституцій та приватних іноземних інвесторів сприяє поступовому відродженню сільської економіки, що має не лише економічний, а й вагомий соціальний ефект, першочерговими проявами якого є створення додаткових робочих місць та отримання додаткового джерела фінансових ресурсів для розбудови інфраструктури сільської громади.

Список літератури:

1. Бланк І.О. Інвестиційний менеджмент : підручник / І.О. Бланк, Н.М. Гуляєва. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 398 с.
2. Бутко М.П. Методичні підходи до оцінки ефективності інвестицій у регіональних господарських системах / М.П. Бутко // Регіональна економіка. – 2010 – № 1 – С. 39-47.
3. Ліщук В. Динаміка інвестиційного потенціалу регіонів України та економічний цикл / В. Ліщук // Економіст. – 2011 – № 3. – С. 14-16.
4. Бородіна О.М. Теоретичні основи сільського розвитку на базі громад: капіталізація активів / О.М. Бородіна, С.В. Киричок, О.В. Риківська // Економіка АПК. – 2011 – № 5. – С. 153-160.
5. Українська модель аграрного розвитку та її соціоекономічна переорієнтація : наук. доп. / [О.М. Бородіна, В.М. Геєць, А.О. Гутров та ін.]; за ред. В.М. Гейця, О.М. Бородіної, І.В. Прокопи; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К., 2012. – 56 с.

Котенко Н. Н.

Житомирский национальный агроэкологический университет

АКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ ЖИТОМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

На основе анализа тенденций развития инвестиционной деятельности осуществлена комплексная оценка активности инвестиционных процессов на сельских территориях Житомирской области.

Ключевые слова: инвестиционная активность, сельские территории, инвестиции в основной капитал.

Kotenko N. M.

Zhytomyr National Agroecological University

ACTIVITY OF INVESTMENT PROCESSES ON RURAL TERRITORIES OF ZHYTOMYR AREA

Summary

The complex estimation of investment processes activity is carried out on rural territories of the Zhytomyr area based on analysis of progress of investment activity trends.

Key words: investment activity, rural territories, investments in the fixed assets.

УДК 330. 341.1 + 330.56

Котигорошко О. І.

Химинець В. В.

Ужгородський національний університет

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ТЕОРІЇ ДЖ. М. КЕЙНСА ПРО ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ІНВЕСТИЦІЙ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ДОХОДУ

Досліджено наукові та методичні основи кейнсіанських теоретичних положень про взаємозалежність інвестицій та національного доходу. Узагальнено найважливіші аспекти основного психологічного закону Дж. М. Кейнса та розробленого ним мультиплікатора інвестицій. Проаналізовані також фактори інвестиційної активності та психологічні мотиви схильності до ліквідності за Дж. М. Кейнсом.

Ключові слова: інвестиції, національний дохід, психологічний закон Дж. М. Кейнса, мультиплікатор інвестицій.

Виклад основного матеріалу. Особливістю методології кейнсіанської теорії є врахування психологічної мотивації економічної діяльності. Дж. М. Кейнс також увів в економічну теорію як новий економічний закон, так і нові економічні категорії, зокрема: основний психологічний закон; психологічна схильність до споживання; заощадження та інвестиції; психологічні основи надання переваги ліквідності; гранична схильність до споживання та заощадження; граничний дохід; гранична ефективність капіталу; граничні інвестиції та ін. Крім того, цитований науковець також поширив на нову галузь макроекономічної теорії застосування сучасних на той час кількісних, математичних методів дослідження, зокрема, методу граничного аналізу.

Дж. М. Кейнс сприяв універсалізації методології маржиналізму, її поступовій трансформації з виключної складової неокласичної мікроекономічної теорії у загальнотеоретичний інструмент економічного аналізу. Заслугою цитованого науковця є також те, що він широко застосував метод прогнозування як результат екстраполяції на майбутнє економічних процесів, що ним досліджувалися, елементи економіко-математичного моделювання, метод врахування раціональних очікувань, тобто ті методи, які в подальшому розвинулися і увійшли в науково-методичний арсенал сучасної світової економічної теорії. Як науковець і практик Дж. М. Кейнс зумів поглибити і конкретизувати власні уявлення про неможливість спонтанного саморегулювання економіки, про доцільність посилення регулювальної ролі держави за рахунок державних субсидій підприємствам. Всесвітнє визнання Дж. М. Кейнса мала головна його праця «Загальна теорія зайнятості, процента і грошей», яка стала поворотним пунктом усієї економічної науки ХХ ст. Невипадково, що відомий історик економічної думки Б. Селігмент порівнював цю книгу лише із впливом «Капіталу» Маркса і «Багатства народів» Сміта [1, с. 494].

Новий теоретичний підхід Дж. М. Кейнса у цій та інших працях містив суттєві ідейні та теоретичні розходження з панівною в тогочасній економічній науці неокласичною теорією. Зокрема, в неокласичній теоретичній системі пояснення механізму функціонування ринкового саморегулювання ґрунтувалося на пріоритетному значенні фактора ринкової пропозиції. Активна роль цього фактора знайшла вираз і у найбільш поширеному формулюванні закону Сея: «пропозиція породжує адекватний попит». Водночас в основу кейнсіанського теоретичного аналізу було покладено протилежний підхід. Основним фактором як досягнення, так і порушення ринкової рівноваги він

вважав сукупний ринковий попит. З цього приводу Дж. М. Кейнс підкреслював, що нехтування функцією сукупного попиту було принциповою рисою також традиційної «класичної» ортодоксії протягом понад ста років. Її теоретичний оптимізм був уперше порушений лише Т. Мальтусом, за яким Кейнс визнавав науковий пріоритет у постановці проблеми недостатнього попиту і можливості загального надвиробництва. Стосовно мальтузіанської теорії Дж. М. Кейнс писав «велика загадка ефективного попиту, за вирішення якої так палко взявся був Мальтус, звітрилась з економічної літератури» [2, с. 37].

Основний психологічний закон Дж. М. Кейнса полягає в тому, що:

– по-перше, люди схильні як правило, збільшувати своє споживання з ростом доходу, але не тією самою мірою, якою зростає дохід [2, с. 96];

– по-друге, ... із зростанням доходу рівень споживання хоч і підвищується, але не тією самою мірою. Саме у цьому психологічному законі слід шукати ключ для розв'язання наших практичних проблем [2, с. 35];

– по-третє, з ростом реального доходу, як правило, більш високим виявляється частка тієї частини доходу, яка спрямовується на заощадження. Буде, однак, – ця частка більшою чи меншою, ми все одно можемо спостерігати дію основного психологічного закону, характерного для будь-якого сучасного суспільства, у тому, що з ростом реального доходу воно не збільшує свого попиту на всю абсолютну суму приросту, і також внаслідок цього, буде заощаджуватися все більш значна абсолютна сума... [2, с. 97];

– по-четверте, ключ до вирішення проблеми недостатнього зростання споживання з ростом національного доходу цитований науковець вбачав у дії також основного психологічного закону, який встановлює функціональний зв'язок між схильністю людей до споживання та їх схильністю до заощадження. Тобто, якщо природи споживання (ΔC) та доходу (ΔY) мають однакові знаки, то, згідно з психологічним законом $\Delta Y > \Delta C$, що обумовлює стійке перевищення доходів над поточним споживанням. Різницю складають заощадження, що паралельно зростають. Отже, в механізмі реалізації основного психологічного закону закладена взаємодія схильностей до споживання та заощадження;

– по-п'яте, стосовно капіталу вчений стверджує, що ця категорія ... не є якоюсь замкнутою в собі субстанцією, що існує ніби незалежно від споживання. Навпаки, будь-яке послаблення схильності до споживання, яке, як можна гадати, перетворюється на постійну звичку, має приводити не

тільки до скорочення попиту на споживчі товари, але й до скорочення попиту на капітал [2, с. 106].

Важливим етапом теоретичного аналізу є встановлення Дж. М. Кейнсом зв'язку між споживанням, інвестиціями і національним доходом, який він здійснив на основі концепції мультиплікатора. При цьому кількісна незалежність між інвестиціями та національним доходом визначена мультиплікаційним ефектом, чи ефектом мультиплікатора. Відмітимо, що поняття «мультиплікатор» походить від латинського слова *multiplico* – помножую, збільшую. Водночас Кейнс зауважував, що ідею мультиплікатора він запозичив у англійського економіста Р. Ф. Кана, який вперше ввів це поняття в економічну теорію [3, с. 112-114], розробивши при цьому мультиплікатор зайнятості (k) – коефіцієнт, який показує, у скільки разів приріст сукупної зайнятості буде більшим за приріст первинної зайнятості у галузях, безпосередньо пов'язаних з інвестиціями. Поняття мультиплікатора зайнятості вчений вперше сформулював у 1931 р. у зв'язку з обґрунтуванням доцільності організацій суспільних робіт під час кризи для стимулювання зайнятості та подолання безробіття.

У своїй статті відношення внутрішніх інвестицій до безробіття Р. Канн стверджував: якщо прийняти, що схильність до споживання, а також деякі інші умови в різних гіпотетичних обставинах задані, і якщо представити, що монетарні органи або які-небудь інші державні органи приймуть заходи які спрямовані на стимулювання або уповільнення інвестицій, то зміни у величині зайнятості виявляться функцією від зміни в сумі чистих інвестицій. Цитований науковець бачив свою мету в тому, щоб встановити загальні принципи, за допомогою яких можливо вирахувати кількісне відношення між приростом чистих інвестицій і обумовлений ним приростом сукупної зайнятості. Він же стверджував, що як тільки повна зайнятість досягнута, всяка спроба ще більше збільшити інвестиції незалежно від величини граничної схильності до споживання викличе за собою тенденції до безмежного зростання цін, інакше кажучи, в такій ситуації ми досягли б стану справжньої інфляції [3, с. 378].

В теоретичному аспекті важливу роль відіграє розробка Кейнсом мультиплікатора інвестицій, тобто множника (k), що дорівнює відношення приросту національного доходу (ΔY) до приросту інвестицій (ΔI), який визначається за формулою:

$$k = \frac{\Delta Y}{\Delta I} \quad (1)$$

Мультиплікатор Кейнса – це коефіцієнт мультиплікації, що фіксує пряму пропорційну залежність між приростом інвестицій та приростом національного доходу. Він показує, у скільки разів отриманий приріст національного доходу більший за початковий приріст інвестицій, що обумовив це зростання. Іншими словами, мультиплікатор кількісно визначає множинний вплив змін в інвестиційній активності на відповідні зміни національного доходу.

Механізм мультиплікаційного ефекту за Кейнсом полягає в наступному: приріст інвестицій в будь-якій галузі викличе відповідне розширення виробництва та збільшення зайнятості в цій галузі. Зростання зайнятості означатиме збільшення доходів індивідів зайнятих у інвестиційному секторі. Частина цих доходів піде на споживання, а інша – на заощадження. Придбання предметів споживання створить нові доходи виробників споживчих благ. Ті, у свою чергу, реалізуючи власні

доходи створюють нові доходи інших товаровиробників. Іншими словами, інвестиції перетворюються на доходи, отримані доходи перетворюються на ринкові витрати, які у свою чергу обумовлюють довготривалий процес утворення нових доходів у тих осіб, що утягнені у ринкові взаємовідносини.

Отже, вихідними інвестиціями приводяться у рух подальші чисельні ланцюгові реакції приросту доходів у інших суміжних галузях, які пов'язані між собою суспільним поділом праці. Після завершення певного періоду приріст сукупного доходу буде більшим в порівнянні з первинним приростом інвестиційних витрат, тобто дорівнюватиме приросту інвестицій помноженому на коефіцієнт мультиплікації [2, с. 114-116].

Мультиплікаційний ефект веде до кратного збільшення національного доходу, викликаному початковим приростом інвестицій. Наприклад, якщо мультиплікатор дорівнює п'ять, то приріст національного доходу, викликаний зростанням інвестиційних витрат буде у п'ять разів перевищувати первинний приріст інвестицій. Це явища ще можна порівняти з ефектом розходження кіл на поверхні води кинутим каменем.

Дж. М. Кейнс показав, що значенням мультиплікатора є функцією від психологічних схильностей населення: до споживання та заощадження. Передусім він довів, що числове значення мультиплікатора визначається граничною схильністю до споживання тобто часткою витрат на споживання в будь-якій зміні доходу. Гранична схильність до споживання ($\Delta C/\Delta Y$) показує, як збільшення доходу буде розподілене між споживанням та заощадженнями.

З її врахуванням виводиться наступний вираз мультиплікатора:

$$k = \frac{1}{\Delta C/\Delta Y}$$

У знаменнику наведеної формули мультиплікатора $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ – гранична схильність до споживання $1 - \frac{\Delta C}{\Delta Y}$ – гранична схильність до заощадження. Оскільки $\Delta Y = k\Delta I$, то

$$k = \frac{1}{\Delta C/\Delta Y}$$

Отже Дж. М. Кейнс зробив відкриття, що мультиплікатор інвестицій знаходиться у прямо пропорційній залежності від граничної схильності до споживання: чим більша гранична схильність до споживання, тим більший мультиплікатор інвестицій, тобто тим більшим буде приріст національного доходу, викликаний приростом інвестицій.

Вищенаведене відкриття Кейнса має як математичне, так і економічне пояснення. У першому випадку з наведених формул видно, що чим більша гранична схильність до споживання ($\Delta C/\Delta Y$), тим менший знаменник у формулі мультиплікатора, а тому тим більша його величина. Це й обумовлює збільшення приросту національного доходу, зайнятості та споживання, що викликаються зростанням інвестицій. Наприклад, якщо гранична схильність до споживання складає $9/10$, то мультиплікатор $k=1:(1-9/10)=10$.

У другому випадку інвестиції перетворюються на доходи, ті у свою чергу витрачаються, перетворюючись у нові доходи і витрати учасників ринкового обміну в інших суміжних галузях господарства і т. д. Інтенсивність та масштабність цього процесу будуть тим більші, чим більшою буде та частка приросту доходу, що піде на споживання. В подальшому Дж. М. Кейнс показав, що зростання доходу супроводжуватиметься зростанням споживання в межах існуючої схильності

до споживання. При цьому частина доходів буде заощаджуватися. Величина кожного наступного утвореного доходу буде нижчою за величину попереднього. Тому в цілому приріст доходу відбуватиметься у спадній геометричній прогресії. Таке затухання мультиплікаційного ефекту обумовлено дією основного психологічного закону: споживається не весь дохід, частина його заощаджується і вилучається з цього процесу.

За Дж. М. Кейнсом, мультиплікаційний ефект діє в обох напрямках: як у напрямі зростання, так і спадання. Якщо, наприклад, інвестиції мають від'ємний приріст, тобто скорочуються, то величина національного доходу також зменшиться, причому з урахуванням величини мультиплікатора.

Загалом, теорія мультиплікатора Кейнса на перший план поставила встановлення факторів, що детермінують обсяг національного доходу. Згідно з цим теоретичним положенням, приріст національного доходу визначається двома величинами: 1) приростом інвестицій та 2) коефіцієнтом мультиплікації, величина якого прямо пропорційно залежить від частки споживання у прирості національного доходу. Таким чином, недостатність сукупного попиту порівняно з рівнем сукупної пропозиції Дж. М. Кейнс пов'язував як із використанням частини доходу на заощадження, так і з гальмуванням зростання споживчих витрат порівняно з темпами зростання доходу. Інша група факторів пов'язана з недостатнім рівнем інвестиційного попиту та реальних інвестиційних витрат.

За твердженням Кейнса, інвестиційний попит поряд із споживчим попитом є вагомим структурним елементом сукупного попиту. При цьому основну увагу цитований дослідник приділяв розгляду впливу таких чотирьох факторів динаміки інвестиційного попиту, як:

- очікувана норма прибутку від інвестицій;
- норма банківського процента;
- дія психологічної схильності надання переваги ліквідності;
- порівняльна привабливість інвестування та заощадливості капітальних коштів

На базі врахування цих факторів дало можливість ученому пояснити причини недостатньої інвестиційної активності, яка призводить до циклічного спаду економіки. Звідси стимулювання інвестиційного процесу Дж. М. Кейнс вважав головним шляхом ліквідації диспропорційності, запобігання кризовим явищем та усунення їх, а також ліквідації циклічного безробіття і досягнення повної зайнятості.

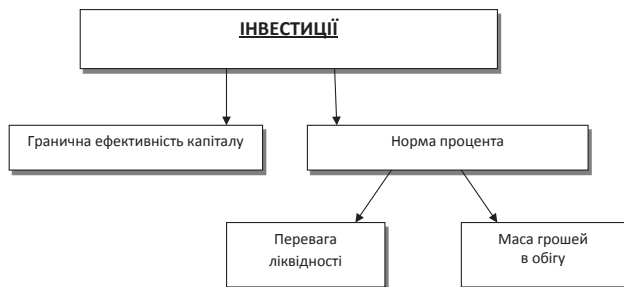


Рис. 1 Фактори інвестиційної активності за Дж. М. Кейнсом [2, с. ...]

Актуальністю і новизною кейнсіанського дослідження є і те, що забезпечення нормального обсягу інвестицій нашою проблемою перетворення заощаджень у реальні капіталовкладення, на чому і базується його формула: ін-

вестиції мають бути рівними заощадженням або $I = S$. Водночас відмітимо, що представники неокласичного напрямку не бачили в цьому особливої проблеми, вважаючи рівноважний зв'язок між заощадженнями та інвестиціями таким, що досягаються автоматично. Проте Кейнс вважав такі підходи спрощеними та нереалістичними, а тому при аналізі проблеми спонукав до інвестування він приділяв велику увагу, зосередившись передусім на розгляді двох основних факторів, які впливають на величину інвестицій: граничної ефективності капіталу і норми процента (рис. 1)

З наведеного рисунку видно, що при аналізі проблем спонукав до інвестування Дж. М. Кейнс приділив велику увагу, зосередившись передусім на розгляді двох основних факторів (одночасно і категорій), від яких залежить величина інвестицій: граничної ефективності капіталу і норми процента. При цьому гранична ефективність капіталу, як стверджує Кейнс – це очікувана гранична прибутковість капіталовкладень і виражається відношенням $\Delta P / \Delta I$. Відмітимо, що Кейнс визначив її не поточним прибутком, а оцінкою майбутніх, очікуваних, прибутків, що робить її дуже чутливою до факторів економічної невизначеності: різного роду спекуляцій, паніки, переоцінки перспектив розвитку ринків, технічних переворотів тощо. Це означало, що цитований науковець по суті враховував реальні умови ринкової економіки, в якій рух найважливіших народногосподарських показників залежить від поведінки підприємців, від їхніх очікувань майбутніх доходів та економічних передбачень.

Незаперечною кейнсіанською заслугою є визначення ним *граничної ефективності капіталу* «як величини, рівній тій обліковій ставці, яка зрівняла б теперішню вартість ряду річних доходів, очікуваних від використання капітального майна протягом строку його служби, з ціною його пропозиції. Ми отримаємо таким чином граничну ефективність окремих видів капітального майна. Найбільша з цих граничних ефективностей може тоді розглядатися як гранична ефективність капіталу в цілому» [2, с. 130-131]. Отже, Дж. М. Кейнс вважав, що перш ніж витратити гроші на інвестування, підприємець підраховує граничну ефективність капіталу, прибуток, який він очікує одержати від використання свого капіталу.

У складі інвестицій заслуговує на увагу також категорія «норма процента», яка є іншим фактором, який враховується підприємцем під час прийняття рішення про інвестиції капіталовкладення. При цьому в теорії процентної ставки Дж. М. Кейнс, як видно з наведеного рисунку, також радикально відмежувався від підходу класиків, які розглядали процентну ставку як фактор рівноваги між заощадженнями та інвестиціями. Згідно з класичними уявленнями, будь-які заощадження чи у формі готівки (гроші), чи у формі вкладень обов'язково витрачаються і тим самим підтверджувалась дія закону Сея, тобто неможливість надвиробництва. Водночас Дж. М. Кейнс полемізуючи з Д. Рікардо, А. Маршаллом, А. Пігу, Л. Мізесом, Ф. Хайском, Е. Хансеном та іншими класиками, висунув нове пояснення процента як суто грошового феномена, що відображає гру ринкових сил на грошовому ринку. За кейнсіанським трактуванням процент – це автономний фактор його рівень визначається стихійною взаємодією попиту і пропозиції на гроші. Попит на гроші регулюється законом переваги ліквідності, пропозиція – кількістю грошей в обігу.

Норма процента теорії Кейнса – це ціна відмови від ліквідності, тобто відмови від збереження нагромаджених коштів у грошовій формі. В теоретичному аспекті Кейнс також стверджує, що норма процента – це (ціна), яка врівноважує нагальне бажання утримати багатство у формі готівкових грошей з наявною в обігу кількістю грошей [2, с. 159].

Виходячи із закону переваги і ліквідності, Дж. М. Кейнс схильність до ліквідності визначив трьома психологічними мотивами, що відображає (рис. 2).



Рис. 2. Психологічні мотиви схильності до ліквідності за Дж. М. Кейнсом [2]

З наведеного рисунку видно, що психологічні мотиви схильності до ліквідності обумовлюються як комерційним так і спекулятивним мотивом, а також мотивом перестороги. При цьому за Кейнсом – зменшення кількості грошей в обігу та нестійка кон'юнктура на грошовому ринку збільшує перевагу ліквідності, а для її подолання необхід-

не підвищення норми процента. І, навпаки, чим стабільніший грошовий ринок, тим нижча перевага ліквідності, а тому нижча процентна ставка. Виходячи з наведених теоретичних кейнсіанських постулатів, прийняття рішення про інвестування та його масштаби, залежать від зіставлення рівнів граничної ефективності капіталу і процентної ставки. Відмічаючи про фактори інвестиційної активності, Дж. М. Кейнс стверджував, що інвестиції не здійснюються, якщо норма процента більша або рівна щодо граничної ефективності капіталу, а здійснюються у випадку перевернення норми процента над граничною ефективністю капіталу.

Висновки і пропозиції:

1. Всесвітнє визнання мала головна праця Дж. М. Кейнса «Загальна теорія зайнятості, процента і грошей», яка, як і інші праці цитованого науковця, містить суттєві теоретичні розходження з панівною в тогочасній економічній науці неокласичною теорією.

2. Важливим аспектом кейнсіанського теоретичного аналізу є становлення зв'язку між споживанням інвестиціями та національним доходом, який здійснено на основі відкритого Дж. М. Кейнсом основного економічного закону та концепції мультиплікатора.

3. Актуальність і новизна наукового дослідження Дж. М. Кейнса не втратили своєї значимості на сучасному етапі соціально-економічного розвитку країн в умовах затяжної економічної кризи.

Список літератури:

1. Селігмен Б. Основные течения современной экономической мысли. – М. : Прогресс, 1968.
2. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. – М. : Гелиос АРВ, 2002 .
3. Kahn R. F. Relation of Investment to Unemployment. – Economic Journal. – June. – 1931.

Котигорошко А. И.

Химинец В. В.

Ужгородский национальный университет

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕОРИИ ДЖ. М. КЕЙНСА О ВЗАИМОСВЯЗИ ИНВЕСТИЦИЙ И НАЦИОНАЛЬНОГО ДОХОДА

Резюме

Исследованы научные и методические основы кейнсианской теоретических положений о взаимозависимости инвестиций и национального дохода. Обобщены важнейшие аспекты основного психологического закона Дж. М. Кейнса и разработанного им мультипликатора инвестиций. Проанализированы также факторы инвестиционной активности и психологические мотивы склонности к ликвидности по Дж. М. Кейнсом.

Ключевые слова: инвестиции, национальный доход, психологический закон Кейнса, мультипликатор инвестиций.

Kotigoroshko A. I.

Hymynets V. V.

Uzhgorod National University

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL GROUNDS OF J. M. KEYNES' THEORY ON INTERRELATION OF INVESTMENTS AND NATIONAL INCOME

Summary

Science research and methodological foundations of Keynesian theoretical propositions about the interdependence of investment and national income. Summarizes the most important aspects of basic psychological law of John Maynard Keynes and developed his investment multiplier. Analyzed as factors in investment activity and psychological motives propensity to liquidity John Maynard Keynes.

Key words: investment, national income. psychological law of John Maynard Keynes, investment multiplier.

УДК 005.334:338.48

Кравцова А. В.

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Досліджено класифікаційні характеристики ризиків туристичного підприємства та визначено їх місце у формуванні системи ризик-менеджменту. Визначено основні етапи процесу управління ризиками туристичного підприємства.

Ключові слова: ризики, туризм, туристичне підприємство, ризик-менеджмент.

Постановка проблеми. Пожвавлення глобалізаційних процесів сприяло тому, що сфера послуг давно вийшла за рамки окремих країн і перетворилася в один з найважливіших видів світового господарства. Така тенденція носить не лише позитивний характер у розвитку туристичної діяльності а й низку прихованих загроз. Тому існує потреба у дослідженні специфіки ризику та системи безпеки туристичного підприємства. Дане дослідження дозволить завдяки вивченню особливостей ризиків та їх класифікацій сформулювати систему економічної безпеки туристичного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для більш детального та повного аналізу необхідно проводити оцінку ризиків в діяльності підприємств, тому цій проблемі дослідження присвячено чимало праць українських вчених-економістів. Так, онтології та гносеології цього поняття присвячені роботи Клапківа М.С. [4], класифікації ризиків – Білосова Є. [1], Горди О.С. [3], Финкельштейн О.Б. [6]. Проблеми методики оцінки господарських ризиків вивчалися Вітлінським В.В., Великоіваненком Г.І. [2], Клименком С.М., Дубровою О.С. [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте на даний момент деякі теоретичні аспекти оцінки ризиків функціонування підприємств туристичного бізнесу залишаються недостатньо дослідженими. Слід приділити увагу подальшому вивченню класифікаційних характеристик ризиків функціонування саме підприємств туристичного бізнесу.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є – визначити поняття ризику туристичного підприємства, враховуючи специфіку його діяльності та особливості господарювання в сучасних умовах. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- систематизувати теоретичні підходи щодо трактування та уточнення поняття «ризик» взагалі та дати визначення ризику функціонування туристичного підприємства;

- представити класифікацію основних факторів ризику, що являються пріоритетними та специфічними для даної сфери діяльності.

За показниками розвитку, представленими Всесвітньою туристичною організацією, туристичний бізнес можна віднести до найперспективніших галузей економіки. Простежується чітка тенденція – чим вищий рівень економічного розвитку країни, тим більше частка витрат припадає на послуги у сукупних витратах споживачів.

Виклад основного матеріалу. Слід відмітити, що останні десятиріччя характеризуються швидким зростанням попиту населення розвинених країн на туристичні послуги. Як наслідок постійно збільшуються не тільки абсолютні розміри витрат на туризм, а й їх питома вага в загальній структурі споживчих витрат населення.

Збільшення вільного часу, зростання доходів потенційних споживачів в багатьох країнах світу,

підвищення рівня освіти і культури сприяють зростанню попиту на туристичні послуги. Туристичні поїздки навіть у найвіддаленіші куточки світу перейшли зараз до розряду достатньо доступних послуг, від яких важко відмовитися навіть в умовах зростання економічних труднощів.

Всі перераховані чинники зумовили перетворення туризму в одну з перспективних галузей економіки [7, с. 46].

Невід'ємною частиною діяльності будь-якого туристичного підприємства є значна кількість і різноманітність ризиків. Існування досить великої кількості різноспрямованих ризиків, що впливають з різною силою та взаємозалежністю, спричиняє необхідність їх систематизації та групування.

Специфіка туристичної галузі відображається в продукті праці – послугах та їх характеристиках, зокрема сезонних коливаннях попиту на них, що і вирізняє ці напрямлення економіки серед інших. Виникнення будь-яких несприятливих умов функціонування туристичних підприємств внаслідок введення змін в законодавстві, зовнішню та внутрішньоекономічному курсі, настання небажаних негативних наслідків в результаті виникнення конфліктних ситуацій у взаємовідносинах із контрагентами характеризуються певним рівнем втрат [8].

Вивчення достатньої кількості наукових та практичних джерел дозволило сформулювати власну систему бачення особливостей ризиків туристичного підприємства та їх класифікацію, представлену на рис. 1.

Таким чином, з рис. 1, видно, що по-перше, в залежності від факторів чи джерел виникнення, ризики можуть бути внутрішніми (на які туристичне підприємство може впливати) та зовнішніми (які важко передбачувати і не можуть управлятися туристичним підприємством).

Хоча загалом, зовнішні ризики не піддаються управлінню, однак, стратегічно-важливим завданням туристичного підприємства стає їхнє передбачення і створення ефективної системи реагування в разі реалізації ризику. При цьому саме екзогенні ризики, відіграють далеко не останню роль у вітчизняній економіці в цілому, і в туристичній галузі зокрема. Останнє пов'язано з нестабільною політичною ситуацією в Україні (ризик країни) та в світі (зовнішньополітичний ризик), частою зміною вітчизняного законодавства (правовий ризик), спадами та фінансово-економічними кризами (макро-економічний ризик) та результатами надзвичайної діяльності (ризик форс-мажорних обставин).

Група внутрішніх ризиків поєднує в собі фінансові ризики, тобто, які підлягають кількісній та якісній оцінці і прямо пов'язані зі здійсненням операцій туристичного підприємства (рис. 1) та нефінансові, які оцінюються в основному якісно і є притаманними будь-якому бізнесу.

Варто зазначити, що на рис. 1 представлені

можливі види внутрішніх ризиків туристичного підприємства.

Таким чином, доцільно розглянути сутність ендогенних ризиків.

Ризик ліквідності визначається як наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через неспроможність туристичного підприємства виконати свої зобов'язання у належні строки, не зазнавши при цьому неприйнятних втрат.

Зовнішні загрози:

- технологічні загрози, що пов'язані з можливістю виходу конкурентів на ринок з якісно новими туристичними продуктами, які, наприклад, ґрунтуються на освоєнні нових туристичних регіонів чи запровадженні нових технологій обслуговування туристів (унаслідок чого зменшується кількість потенційних споживачів "технологічно відсталих" туристичних продуктів або знижується конкурентоспроможність власних туристичних ресурсів у цілому);

- політичні загрози, що виникають через міжнародні політичні або військові конфлікти (які

обмежують або унеможливають організацію туристичних поїздок до проблемних регіонів), загострення політичної нестабільності всередині країни, ускладнення візового режиму або обмеження в'їзду-виїзду громадян (внаслідок чого знижується попит на туристичні послуги з боку іноземних громадян);

- фінансові загрози, що пов'язані з можливим зростанням рівня інфляції, істотною зміною валютних курсів, різким зростанням або зниженням цін на складові туристичного продукту, банкрутством або неплатоспроможністю контрагентів (які призводять до фінансових збитків або недоотримання прибутків туристичним підприємствами);

- екологічні загрози, що пов'язані із можливістю виникнення непередбачуваних природних або техногенних катастроф, які істотно обмежують туристичну діяльність у певних регіональних сегментах ринку туристичних послуг.

Зазначені вище ризики більшою мірою характеризують діяльність туроператорів, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, і виникають вони унаслідок:

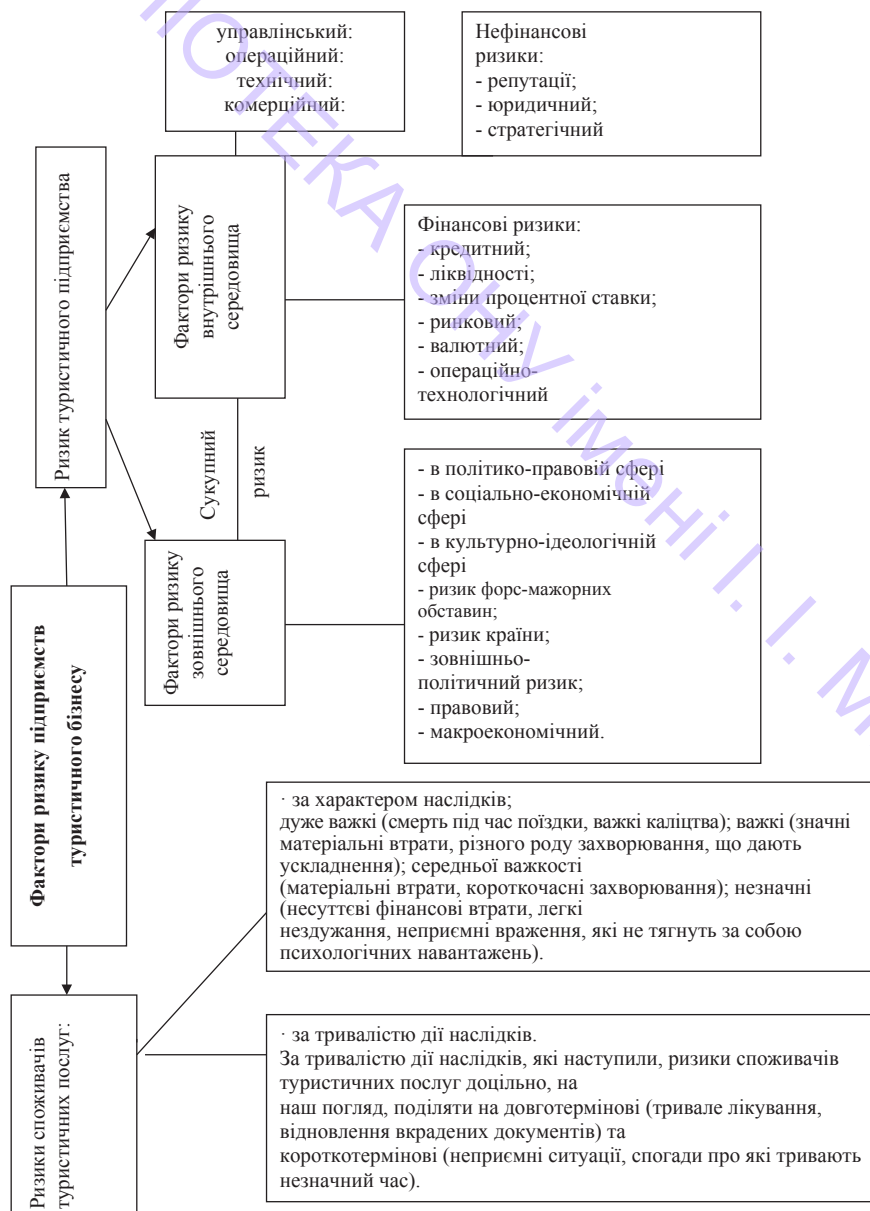


Рис. 1. Класифікація ризиків туристичного підприємства

- нестабільності загальноекономічних процесів у цілому, виникнення економічних криз;

- мінливості співвідношення попиту і пропозиції на різних сегментах світового ринку туристичних послуг, різких спадів та піднесень ділової активності;

- обмеженості або неповноти інформації про ситуацію на ринку туристичних послуг, що зумовлено обмеженістю фінансових, часових, технологічних чи інших ресурсів туристичного підприємства;

- наявності «штучної» невизначеності середовища, що зумовлено приховуванням об'єктивної інформації про ситуацію на туристичному ринку;

- відсутності чітко визначених цілей і критеріїв оцінювання зовнішньоекономічної діяльності туристичного підприємства.

Ринковий ризик – це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через несприятливі коливання вартості цінних паперів та товарів і курсів іноземних валют за тими інструментами, які є в торговельному портфелі.

Валютний ризик розглядається можливість реалізації несприятливого впливу на туристичну діяльність коливань курсів валют.

Операційно-технологічний ризик виникає через недосконалість організаційного та фінансового менеджменту туристичного підприємства та його контрагентів. До наступної групи ризиків можна віднести і такі як: непередбачувані події (пожежа), тобто такі, що включаються і до зовнішнього ризику форс-мажорних обставин. Таке дублювання зумовлене тим фактором, що окремі події можуть бути результатом нераціональної трудової поведінки працівників.

Серед нефінансових ризиків виділяють: ризик репутації, пов'язаний із можливістю створення негативного іміджу підприємства як серед контрагентів, так і серед клієнтів; юридичний ризик, що впливає із можливості порушення чинного законодавства та ризик неправильної системи стратегічного планування діяльності туристичного підприємства (стратегічний).

Розглянуті ризики, впливаючи на туристичне підприємство, формують сукупний або загальний ризик.

Таким чином, загальний ризик туристичного підприємства можна визначити як певну ситуаційну характеристику діяльності будь-якого виробника туристичної послуги, що показує невизначеність результату та можливі небажані наслідки у разі невдачі.

Зазначені ризики не просто виникають в процесі діяльності туристичного підприємства (нефінансові ризики), але й являються її безпосередньою частиною (фінансові ризики). Адже підприємство, в процесі здійснення операцій з фінансовими ресурсами, свідомо бере на себе ті ризики, що супроводжують таку діяльність. Наприклад, коли туроператор задалегідь бронює певну кількість номерів у готелі чи місць у авіаперельоті він свідомо йде на операційний ризик, розуміючи, що деяка частина залишиться не викупленою за відсутності попиту туриста, і тут успішність туристичного підприємства залежатиме від уміння управляти таким ризиком. Тому, можна сказати, що ризики туристичного підприємства – це частина операцій в туристичній діяльності і вони піддаються управлінню, в зв'язку з чим виникає об'єктивна необхідність створення теоретико-прикладної бази такого управління. Як результат такої потреби – сформувалася ціла наука ризик-менеджменту.

Ризик-менеджмент – це система управління ризиками, яка включає в себе стратегію та тактику

управління, направлені на досягнення основних бізнес-цілей туристичного підприємства.

Ефективний ризик-менеджмент включає: систему управління; систему ідентифікації і вимірювання; систему супроводження (моніторингу та контролю) [9].

Ризик-менеджмент туристичного підприємства повинен бути спрямований на досягнення максимальної ефективності управління туристичним підприємством з урахуванням фактора невизначеності та можливих негативних і позитивних наслідків реалізації ризиків.

Таким чином, ризик-менеджмент – це сукупність принципів, методів і форм управління організацією та її поведінкою в зовнішньому середовищі в умовах невизначеності та конфліктності.

У рамках ризик-менеджменту вирішуються три основні завдання: профілактика виникнення ризиків; мінімізація збитку, спричиненого ризиками; максимізація додаткового прибутку, який отримує підприємство внаслідок управління ризиками.

Основна мета ризик-менеджменту – це зменшення або ліквідація можливих втрат від ризику, тому визначення принципів та функцій управління ризиком мають суттєве значення для застосування ризик-менеджменту на підприємстві.

Ризик-менеджмент базується на таких основних принципах [6]: принцип масштабності (максимізації); принцип мінімізації; принцип адекватної реакції; принцип розумного прийняття.

Ризик-менеджмент виконує функції, притаманні будь-якій управлінській діяльності, але при цьому специфіка їх виконання визначається об'єктом управління. Це функції прогнозування (планування), організації, контролю, регулювання, координації та мотивації

Саме така система може забезпечити своєчасну і правильну реакцію на туристичні ризики.

Стосовно вітчизняної практики, то на законодавчому рівні, мають місце рекомендаційні положення стосовно ризиків виключно в частині Закону України «Про туризм» надає гарантії безпечного перебування туристів на території України і зобов'язує органи влади та суб'єктів туристичної діяльності розробити комплекс заходів з безпеки туристів. Зокрема, в статті 26 сказано: «Місцеві органи державної виконавчої влади в галузі туризму розробляють і організовують виконання регіональних програм забезпечення захисту та безпеки туристів, особливо в місцях туристичної активності.

В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристично-екскурсійне обслуговування», який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну.

Суб'єкти туристичної діяльності, згідно із Законом України «Про туризм» [10], зобов'язані здійснювати:

- підготовку безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів справним спорядженням та інвентарем;

- навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків,

- інструктаж із надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки, які можуть бути зумовлені характером маршруту та поведінкою самих туристів;

- контроль за підготовкою туристів до подорожей, походів, змагань, інших туристичних заходів;

- надання оперативної допомоги туристам, що зазнають лиха, транспортування потерпілих;

- розробку та реалізацію спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського, лижного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пішохідного туризму та спелеотуризму.

Враховуючи зазначене вважаємо за доцільне сформулювати основні етапи процесу управління ризиками туристичного підприємства (рис. 2).

Необхідно зазначити, що весь процес управління ризиком (ризик-менеджменту) буде мати логічне завершення при наявності зворотного зв'язку, що полягатиме в прийнятті оперативних, та перспективних рішень на основі отриманих результатів. Однак на сучасному етапі у діяльності підприємств туристичного бізнесу, ризик-менеджмент, на жаль, має суто формальний характер, що свідчить про необхідність подальшого розроблення його теоретико-методичної бази.

Висновки і пропозиції. Для досягнення цілей туристичного підприємства та його ефективного

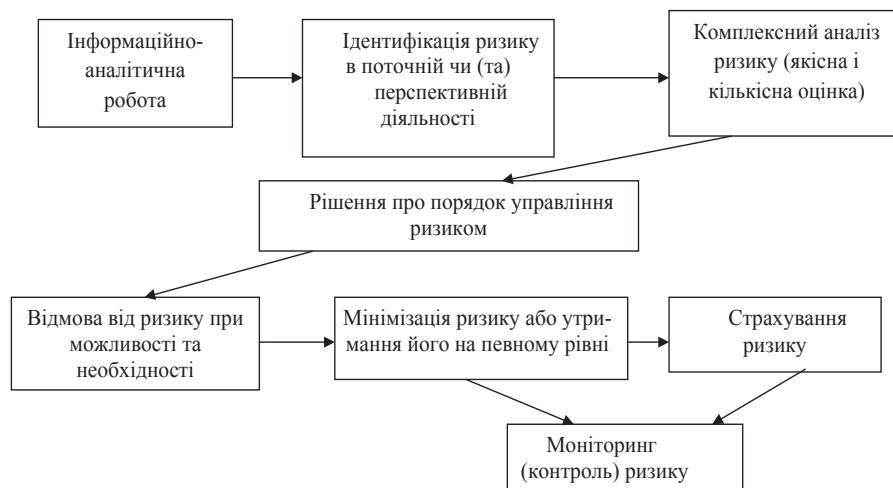


Рис. 2. Етапи процесу управління ризиками туристичного підприємства

функціонування необхідно удосконалювати систему управління ризиками, тому визначення характерних особливостей ризиків туристичного підприємства потребує подальшого ґрунтовного дослідження. Крім того актуальним залишається питання розробки теоретичного та методичного інструментарію і основних положень положення ризик-менеджменту в основі якого розроблені автором основні етапи процесу управління ризиками туристичного підприємства.

Список літератури:

1. Білоусов Є. Класифікація господарських ризиків // Підприємництво, господарство і право. – 2002. – № 3. – С. 13-14.
2. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Ризикологія в економіці та підприємстві: монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Горда О.С. Класифікація, оцінка и напрямлення мінімізації ризиків функціонування форм малого підприємства на селі // Економіка Криму. – 2004. – № 12. – С. 80-83.
4. Клапків М.С. Питання етимології економічного ризику // Фінанси України. – 2001. – № 4. – С. 14-20.
5. Клименко С.М., Дуброва О.С. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків. – К.: КНЕУ, 2005. – 252 с.
6. Финкельштейн О.Б. Риски и их классификация // Экономика и управление. – 2000. – № 1. – С. 6.
7. Боруцак М. А. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів [Текст]: монографія / М.А. Боруцак. – Львів: ІРД НАН України, 2006. – 288 с.
8. Оцінка ризиків функціонування курортно-рекреаційних підприємств: теоретичні аспекти / В.С. Реутов, Н.З. Вельгош // Экономика и управление. – 2006. – № 4. – С. 65-69.
9. Старостіна, А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика [Текст]: навч. посібник / А. О. Старостіна, В. В. Кравченко. – К.: Кондор, 2009. – 200 с.
10. Про туризм: Закон від 18.11.2003 р. / Україна. Верховна Рада // Все про бухгалтерський облік. – 08/06/2004. – № 54. – С. 45-57.

Кравцова А. В.

Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця

КЛАСИФІКАЦІЯ РИСКОВ ПІДПРИЯТІЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Резюме

Исследованы классификационные характеристики рисков туристического предприятия и определено их место в формировании системы риск-менеджмента. Определены основные этапы процесса управления рисками туристического предприятия.

Ключевые слова: риски, туризм, туристическое предприятие, риск-менеджмент.

Kravchova A. V.

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

CLASSIFICATION OF RISKS BUSINESS TRAVEL

Summary

Investigated classification risk profile of tourist enterprises and define their place in the formation of risk management. The main stages of the risk management of tourism enterprises.

Key words: risk, tourism, travel enterprise risk management.

УДК: 65.0+658

Крамаренко І. С.
Цибко М. О.Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ:
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Досліджено теоретичні основи застосування реінжинірингу у вищих навчальних закладах. Описана концепція бізнес-процесів для підвищення управління ефективністю навчальних закладів. Відображено технологія проведення реінжинірингу.

Ключові слова: бізнес-процес, реінжиніринг бізнес-процесів, реінжиніринг навчального процесу.

Постановка проблеми. Докорінні зміни, що відбуваються у всіх сферах суспільного життя, вимагають перебудови всіх підприємств, зокрема із застосуванням інноваційних технологій, інновацій, модернізації та оптимізації бізнес-процесів, це стосується, в першу чергу, і вищі навчальні заклади (ВНЗ). Організаційні зміни у вищих навчальних закладах відбувається постійно і саме тому необхідно проводити їх за допомогою ефективного методу та інструменту. Таким інструментом докорінних змін є реінжиніринг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню теоретичних основ реінжинірингу бізнес-процесів присвячено багато праць вчених-економістів, зокрема: М. Робсоном, Ф. Уллахом [1], М. Хаммер Дж. Чампі [2], С. Ойхман [3], В. Медінський [4], Т. Давенпорт [6]. Проте поза увагою залишається питання використання реінжинірингу у вищих навчальних закладах.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на підвищений інтерес знаних науковців до обраної проблематики, дослідження реінжинірингу бізнес-процесів та провадження у вищих навчальних закладах не втрачає актуальності.

Мета статі. Розкрити теоретичні основи використання реінжинірингу бізнес-процесів у вищих навчальних закладах.

Виклад основного матеріалу. Сучасні технології бізнесу характеризуються високою динамічністю, пов'язаною з постійно мінливими потребами ринку, орієнтацією виробництва товарів і послуг на індивідуальні потреби замовників і клієнтів, безперервним вдосконаленням технічних можливостей і сильною конкуренцією. У цих умовах в менеджменті підприємств відбувається зміщення акцентів з управління використанням окремих ресурсів на організацію динамічних бізнес-процесів.

Під бізнес-процесом (БП) будемо розуміти сукупність взаємопов'язаних операцій (робіт) з виготовлення готової продукції або виконання послуг на основі споживання ресурсів. Управління бізнес-процесами націлене на виконання якісного обслуговування споживачів (клієнтів). При цьому в ході управління бізнес-процесами всі матеріальні, фінансові та інформаційні потоки розглядаються у взаємодії. На прикладі вищого навчального закладу розглянемо як відбуваються бізнес-процеси в установі (рис. 1).

Одна з новітніх концепцій розвитку процесоорієнтованого управління базується на формуванні системи реінжинірингу бізнес-процесів (РБП), яка була створена у 90-х роках ХХ сторіччя. В теперішній час даний підхід широко використовується провідними компаніями світу.

Не можна не погодитися з Гончаровою М.Л. та Розкошною О.А., що вперше термін «РБП» був введений М. Хаммером – батьком першого, «традиційного» підходу до РБП, який припускає створення нових бізнес-процесів (БП) «з чистого паперу». Автори даної концепції американці – Майкл Хаммер і Джеймс Чампі у книзі «Реінжиніринг корпорації: маніфест революції у бізнесі» пишуть: «На прохання дати стисле визначення реінжинірингу ми відповідаємо: його суть у тому, щоб розпочати все з початку. До реінжинірингу не належать коригування вже існуючого та поступові зміни, що не торкаються основних структур, або латання окремих дір в існуючих системах. Реінжиніринг – це відмова від сталих процедур, свіжий погляд на роботу зі створення продукту чи послуги і надання цінності клієнту. Реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів з метою досягнення істотного поліпшення якості функціонування організації [5].»



Рис. 1. Структура бізнес-процесів

Згідно з визначенням М. Хаммера і Д. Чемпі [2], реінжиніринг бізнес-процесів (BPR-Business process reengineering) визначається як «фундаментальне переосмислення і радикальне перепроєктування бізнес-процесів (БП) для досягнення корінних поліпшень в основних показниках діяльності підприємства».

Метою реінжинірингу бізнес-процесів (РБП) є цілісне і системне моделювання, а також реорганізація матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, спрямована на спрощення організаційної структури, перерозподіл і мінімізацію використання різних ресурсів, скорочення термінів реалізації потреб клієнтів, підвищення якості їх обслуговування.

Реінжиніринг бізнес-процесів (РБП) – складний комплекс організаційних, інформаційних та

інженерних заходів, спрямований на кардинальне покращення основних показників діяльності компанії (підприємства) шляхом моделювання, аналізу та перепроектування існуючих бізнес-процесів.

Гончарова М.Л та Розкошна О.А. вважають, що термін РБП містить в собі три ключові складові: істотне поліпшення розвитку організації, радикальне перепроектування організації та бізнес-процеси. Розкриття змісту ключових складових надасть можливість остаточно визначитись щодо сутності реінжинірингу [5].

Отже, істотне поліпшення розвитку організації – це не просто покращення певної характеристики діяльності останньої в цілому або окремої її ланки. В першу чергу – це перехід до якісно нового рівня ефективності бізнесу, здійснення прориву у діяльності, забезпечення стрімкого підвищення результатів функціонування.

Радикальні перетворення означають не поліпшення існуючого стану розвитку, не проведення косметичних заходів та часткових змін, не перетасування вже існуючих підходів щодо функціонування організації, а абсолютну відмову від того, що було раніше, застосування докорінно нових підходів у здійсненні виробничих процесів.

Третя складова – «бізнес-процеси» означає стійку, цілеспрямовану сукупність взаємозалежних видів діяльності (послідовність виконуваних робіт), що за певною технологією забезпечуватимуть створення цінностей у вигляді продукту чи послуг для споживачів [5].

На нашу думку, реінжиніринг більш розгорнутий термін і характеризується принциповістю та кардинальністю. Тобто, якщо ви обрали перепроектування свого бізнесу за допомогою реінжинірингу, повинні також розуміти наступне:

- реінжиніринг показує, що організація повинна зробити, а потім як це зробити. При цьому нічого не приймається на віру, реінжиніринг ігнорує існуючі положення речей та зосереджується на тому, якими вони повинні бути;

- реінжиніринг – це не дрібні або поступові покращення, це скачкоподібний ріст ефективності. Якщо установа відстає на 10% від планових показників, якщо її затрати на 10% вище необхідних, якість на 10% нижче необхідного, а сервіс необхідно покращити на 10%, то реінжиніринг їй не потрібен. Для незначних змін необхідно провести невеликі корегування, а для кардинальних покращень підірвати старе і замінити його абсолютно новим.

На основі вище викладеного, необхідно виділити три типи підприємств, що займаються реінжинірингом:

- організації з великими проблемами;
- організації, керівництво, яких передбачає насування проблем;
- організації, знаходяться в розквіті сил, ні в найближчому, ні в образному майбутньому труднощі не передбачуються, але керівництво ставить масштабні цілі та проводить активну політику.

В основу реінжинірингу бізнес-процесів покладено ідею переходу від функціонального підходу до процесного.

Деякі підприємства і сьогодні значною мірою організовують свою діяльність за принципами, які виходять із теорії А.Сміта, характерними для масового виробництва типової продукції, що виконується великою кількістю некваліфікованих працівників з використанням простого обладнання. При традиційній структурі компанії увага фокусується на завданнях, роботах, моделях,

структурах. Сучасний ринок потребує орієнтації на окремі групи споживачів. Ринок продуктів та послуг став набагато ширшим, а конкуренція – агресивнішою, учасники ринку добре поінформовані щодо альтернатив постачання необхідної їм продукції та послуг.

Сьогодні для сучасного підприємства, організації або установи державної чи приватної форми власності – головними факторами розвитку та конкурентоспроможності є: клієнти, конкуренція та корінні зміни. Це притаманно і вищим навчальним закладам (ВНЗ).

Вищі навчальні заклади, в яких сформовано менталітет національності та монопольності, важче за все зміряються з тим, що на сьогодні важливий кожний студент. Відмовивши одному студенту, вищий навчальний заклад може не знайти йому заміну. В Україні досить багато освітніх установ різних рівнів акредитації. Прийшовши до ВНЗ, абітурієнт є потенційним клієнтом і втрапивши його керівники закладу можуть не знайти йому заміну. Тому необхідно розробити комплексні програми з якості надання освітніх послуг для збільшення та утримання кожного студента, який переступив поріг ВНЗ. Адже студент володіє великою владою, іншими словами може проявити велику розбірливість і вибагливість.

Колись все було набагато простіше – незначна кількість учбових закладів і стандартні освітні послуги. А тепер конкуренція не тільки виросла, але і збільшився спектр навчальних послуг, різноманітність спеціальностей і кваліфікацій, які пропонують ВНЗ. Тотожні освітні послуги пропонуються майже у кожному третьому закладі, але індикатори конкуренції різні: ціна, вибір, якість, працевлаштування, стажування за кордоном та ін. Тому конкуренція серед ВНЗ дуже велика і завдяки цьому вони більш динамічно розвиваються.

Корінні зміни відбулися не тільки в клієнтах і конкурентах, а і в сутності самих змін. По-перше, вони стали повсякденними і постійними, сьогодні – це норма. По-друге, зміни проходять скоріше тому, що наша економіка перебуває в стані трансформації і це супроводжується глобалізаційними та інтеграційними процесами. Швидкість технічних та технологічних змін також підштовхують до новаторства. Тому клієнти, конкуренція і корінні зміни створили нові умови і стають більш очевидними, установи, створені для праці в одних обставинах, не можливо ефективно покращити при інших.

Реінжиніринг пропонує перейти від застарілої організації робіт до управління процесами – множини кроків діяльності, яка починається з одного або більше входів і закінчується створенням послуг, які необхідні клієнтові (абітурієнтові). Призначення кожного бізнес-процесу полягає в тому, щоб запропонувати клієнтові послугу, яка б задовольняла його за вартістю, якістю і сервісом.

Концепцію бізнес-процесів можна застосувати для підвищення ефективності ВНЗ, для цього можна використовувати такі методи: крос-функціональне рішення проблем, процесорні структури, опис і керування процесами (рис. 2).

Крос-функціональне рішення проблем – це найпростіший спосіб використання бізнес-процесів для виявлення «ідентифікації» потрібних проблем, це можливо методологічно вирішити наступним чином:

- використовувати формальну «істотну» організаційну структуру – «групу» для постановки проблеми, її аналізу, збору даних з цієї проблеми,

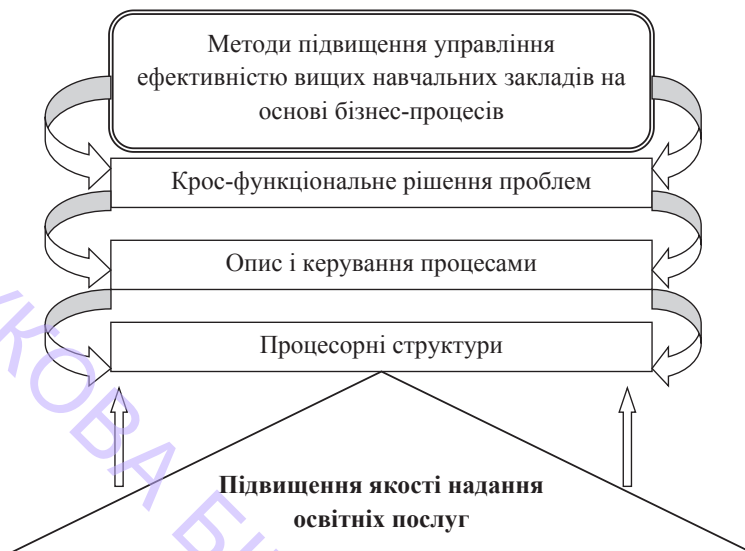


Рис. 2. Концепція бізнес-процесів для підвищення управління ефективністю вищих навчальних закладів

розробки і тестування можливих альтернативних рішень і вибору найбільш кращого варіанту застосувати системний підхід шляхом проведення реінжинірингу процесів діяльності установи.

Опис і керування процесами – метод стосується визначення важливих процесів діяльності установи згідно з єдиними і строгими принципами, це можливо за рахунок використання безлічі способів, але досвід показує, що найбільш успішним є метод управління якістю наданих послуг, що включає:

- опис місії «фундаментальних цілей діяльності» організації, підрозділу або відділу;
- перелік ключових факторів успіху, які необхідні і достатні для забезпечення місії; однією з головних проблем при цьому є скорочення числа критичних чинників успіху, які претендують на включення в цей список, зазвичай рекомендується залишати в списку не більше восьми;
- опис процесів, які здійснюються в даний час, і нових, які потрібні для досягнення місії (зазвичай в організації мають місце від 20 до 30 різних процесів); на цій стадії процеси ранжуються за важливістю та ефективністю; в групу, яка приймає рішення і описує процеси, зазвичай входять особи, найбільш зацікавлені в ефективності процесу [1].

Процесорні структури – це третій шлях реалізації знань про бізнес-процеси дозволяє визначити організаційні структури і управляти самою організацією. Структури, що спираються на бізнес-процеси шляхом створення робочих команд, мають необхідних фахівців і відповідають за здійснення процесу; потрібно чітко розуміти, що ідея керівництва процесом не замінить собою існуючу організаційну структуру – «тут працює принцип матричної структури». Субпроцеси не обов'язково виділяються за принципом відповідності обов'язків тих чи інших підрозділів, які можуть бути багатofункціональними [1, 6].

Реінжиніринг висуває на перший план нові цілі і методи, які диктуються сучасною ситуацією:

- різке зниження витрат часу на виконання функцій;
- різке зниження числа працівників і деяких витрат на виконання функцій;
- робота зі студентом в режимі «24 години 365 днів»;

- опора на зростання мобільності персоналу;
- робота на майбутні потреби студента;
- прискорене просування нових технологій;
- формування інформаційного суспільства.

Разом з тим реінжиніринг припускає:

- постійне підвищення якості освітніх послуг на відміну від підвищення прибутку «за всяку ціну»;
- трансформування та динамічне вдосконалення організації роботи;
- визначення критеріїв якості споживачем;
- віднесення в центр увагою не числового показника результату тієї чи іншої виробничої функції діяльності, а якості процесу його виконання;
- дослідження та усунення недоліків навчальної системи, а не окремих працівників;

– зняття бар'єрів, встановлених навчальними підрозділами, організація групової роботи;

– надання працівникам можливості пишатися результатами своєї роботи (один з головних результатів реінжинірингу);

– зниження витрат на освітні послуги (побічний результат реінжинірингу) [1, 6].

Технологія реінжинірингу за умови, що в процесі управління користувачем застосовується сучасна інформаційна технологія управління, включає:

- стратегічне і тактичне планування, що включають розробку або обґрунтування стратегічного плану, розробку або обґрунтування планів реорганізації навчальної системи, розробку або обґрунтування тактичних планів, розробку критеріїв оцінки ступеня досяжності результату для кожного з процесів, ініціацію проекту реінжинірингу;
- реінжиніринг бізнес-процесів, що полягає у здійсненні вичерпного аналізу, тобто проведенні аналізу робіт і інформаційних потоків, побудові моделі даних і процесів, виконанні калькуляції вартості робіт і тимчасовому аналізу робіт тощо;

– аналіз можливих шляхів перебудови і поліпшення процесів, що включає вибір варіанта реінжинірингу і побудова моделі бажаного стану бізнес-процесів, здійснення функціонально-вартісного аналізу і прийняття рішення про проведення реінжинірингу, виконання власне перепроєктування процесів, тобто рішення багатокрокового завдання отримання специфікації бажаного процесу;

– управління змінами, при якому необхідно чітко уявляти зміни, які є наслідком реінжинірингу процесів; розробити структурні зміни, які знадобляться для підтримки нових процесів; розробити програму, яка визначить зміни культури організації, необхідні при переході на нові умови роботи; усунути бар'єри, що не дозволяють впроваджувати нове управління;

– управління зміною інформаційної технології управління, для якого треба вибрати прогресивну інформаційну технологію управління таким чином, щоб вона максимально відповідала головній меті організації, забезпечувала відповідність результатів процесу стандартам якості, розмір інвестицій в інформаційну технологію і рівень ризику від її впровадження повинні задовольняти установу;

– підготовку інфраструктури для реінжинірингу, тобто вибір конфігурації технічної платформи для підтримки інформаційних і комунікаційних вимог, розробку або придбання прикладних систем і баз даних, їх тестування і постачання документацією, розробку плану системної інтеграції, тобто відбір і перенесення елементів старих систем в нову систему або заміну неефективних систем, що вимагають значних витрат на обслуговування;

– реалізацію проекту, що включає перевірку затверджених документів і розробку плану управління проектом з встановлення та розгортання систем, інсталяцію і тестування інформаційних систем, реалізацію програм з перепідготовки та

навчання персоналу, виведення з експлуатації старих інформаційних систем в ході експлуатації, забезпечення процесу безперервного поліпшення функціонування організації [1, 6].

Висновки і пропозиції. Дослідження теоретичних основ реінжинірингу бізнес-процесів показало, що це найдієвіший та найефективніший метод перепроєктування існуючих процесів в організації, який застосують, як успішні підприємства, так і з великими труднощами. Тому для постійного удосконалення роботи вищих навчальних закладів, використання реінжинірингу є допоміжним заходом, для поліпшення та найкращого впровадження нововведень.

Список літератури:

1. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 214 с.
2. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе : пер. с англ. / М. Хаммер, Дж. Чампи [Текст] – СПб. : Из-во С.-Петербургского вуза, 1997. – 332 с.
3. Ойхман Е.Г. Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии / Е.Г. Ойхман, Э.В. Попов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 352 с.
4. Медынский В.Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства : [учеб. пособ.] / В.Г. Медынский, С.В. Ильдеменов ; [под ред. проф. В.А. Ирикова]. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 300 с.
5. Гончарова М.Л. Теоретичні засади реінжинірингу бізнес-процесів / М.Л. Гончарова, О.А. Розкошна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/21_NNP_2010/Economics/70584.doc.htm.
6. Введение в информационный бизнес / Под ред. В.П. Тихомирова, А.В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 230 с.
7. Davenport T. Process Innovation: Reengineering Work through Information Tecnology / T. Davenport. – Boston, MA. : Harvard Business School Press, 1993.
8. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: a manifesto for business revolution. – New York, NY : HarperBusiness, 1993. – 223 с.

Крамаренко И. С.

Цибко М. А.

Николаевский межрегиональный институт развития человека
Открытого международного университета развития человека «Украина»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕИНЖИНИРИНГА В ВЫСШЕМ УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Резюме

Исследованы теоретические и методические основы применения реинжиниринга в высшем учебном заведении. Описана концепция бизнес-процессов для повышения управления эффективностью учебных заведений. Отражена технология проведения реинжиниринга.

Ключевые слова: бизнес-процесс, реинжиниринг бизнес-процессов, реинжиниринг учебного процесса.

Kramarenko I. S.

Tsibko M. O.

Mykolaiv Interregional Institute of Human Development
of the High Educational Establishment Open International University of Human Development «Ukraine»

THE USAGE OF REENGINEERING IN HIGH SCHOOL INSTITUTION: THEORETICAL ASPECT

Summary

Studied theoretical and methodological foundations of application reengineering in higher education. We describe the concept of business processes to improve performance management schools. Displaying reengineering technology.

Key words: business process, reengineering business processes, reengineering of the educational process.

УДК 339.5

Красноштан О. М.

Національний транспортний університет

БОНУСНА ПРОГРАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПАСАЖИРОПОТОКУ ДЕННИХ ШВИДКІСНИХ ЕЛЕКТРОПОЇЗДІВ КАТЕГОРІЇ ІНТЕРСІТІ+

У статті розглянуто застосування програми лояльності як інструмент стимулювання збільшення населеності та пасажиропотоку швидкісних електропоїздів категорії ІНТЕРСІТІ+. Розглянуто вітчизняний та зарубіжний досвід використання програм лояльності, проаналізовано тенденції розвитку та удосконалення таких програм. Проведено критичний аналіз та запропоновано шляхи удосконалення програми лояльності ІНТЕРСІТІ+ Бонус для пасажирів поїздів ІНТЕРСІТІ+.

Ключові слова: пасажирські перевезення, населеність поїздів, бонусна програма.

Постановка проблеми в загальному вигляді. З 27 травня 2012 року в Україні впроваджено курсування денних швидкісних електропоїздів категорії ІНТЕРСІТІ+. перевезення здійснюються рухомим складом виробництва компаній HYUNDAI Rotem та SKODA Vagonka.

Денні швидкісні залізничні перевезення є новим продуктом на ринку транспортних послуг в Україні. І не дивлячись на те, що популярність та попит на цей продукт постійно зростають, реальний пасажиропотік досі залишається досить низьким та на даному етапі не дозволяє досягти точки беззбитковості. Тому пошук та запровадження ефективних інструментів залучення додаткового пасажиропотоку є актуальною задачею.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти маркетингу в сфері залізничного транспорту розглядалися в працях українських та російських вчених, таких як Абрамов А.П. [2], Аксьонов І.М. [3], Громова О.В. [4], Перепелюк А.В. [5], Сенцова К.А. [6] тощо. Питанням запровадження та ефективності програм лояльності, скидок та бонусних програм також присвячено деякі публікації у науковій та бізнес-періодиці [7].

Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми. На даний час в Україні впроваджено денний швидкісний залізничний рух. Дані перевезення – окремий сегмент залізничних перевезень, який володіє дуже серйозними особливостями, а отже й вимагає індивідуального підходу до його маркетингового забезпечення. Особливо це питання загострюється у зв'язку із конкуренцією з боку інших видів транспорту, яка постійно посилюється. Тим не менше, до цього часу питання формування цілісної системи та стратегії маркетингового забезпечення не вирішено.

Світовий досвід вказує на широке використання бонусних програм (програм лояльності) до збільшення продажів. Тому розгляд використання бонусної програми як інструменту залучення додаткового пасажиропотоку є актуальною задачею.

Метою статті є вивчення особливостей та відшукання оптимальних та ефективних шляхів задля впровадження бонусної програми для пасажирів денних швидкісних електропоїздів категорії ІНТЕРСІТІ+.

Викладення основного матеріалу. Відомо, що провідні як вітчизняні так і світові В2С компанії (до яких, до речі, відносяться і пасажирські перевізники всіх видів транспорту) застосовують практику запровадження скидочних та бонусних програм. Основною метою таких заходів є збільшення продажів шляхом залучення нових постійних клієнтів та стимулювання існуючих до більш частого придбання товарів або послуг.

Найпростішим прикладом такої діяльності є запровадження знижок. Надаючи знижку на товар, продавець очікує збільшення товарообороту (продажів), і за рахунок цього – отримання додаткового прибутку. Найчастіше знижки надаються на товари чи послуги, які користуються меншим попитом, ніж очікувалось. Поширені також випадки надання знижок на товари, які мають конкурентів або нову, більш удосконалену версію, а також сезонні знижки.

Однак, новою тенденцією у використанні подібних інструментів є перехід від простої та «перевіреної» системи знижок до більш складної бонусної програми. Концептуально бонусна програма полягає у тому, що роблячи покупки покупці накопичують бонусні бали, які вони можуть у подальшому обміняти на знижки при здійсненні наступних покупок.

Бонусна програма має ряд суттєвих переваг перед системою знижок, а саме:

- при використанні бонусної програми втрати доходу набагато менші, ніж при наданні знижок;
- бонусна програма дає можливість інтерактивного спілкування із постійним клієнтом, і, відповідно – адекватно реагувати на його попит та уподобання;
- бонусна програма дозволяє залучити партнерів, і за рахунок цього одержувати додатковий дохід;
- бонусна програма при правильній її реалізації може стати цікавою для клієнта.

Існує багато прикладів реалізації бонусних програм у транспортній галузі. Звісно, лідирують в цьому напрямку авіаційні перевізники: кожен більш-менш серйозний перевізник оперує програмою лояльності (бонусною програмою). Сучасною є тенденція об'єднання авіакомпаній у альянси – так звані глобальні альянси, які оперують єдиною для всього альянсу бонусною системою. Найбільш популярними альянсами є StarAlliance (оперує бонусною програмою Miles&More) [8], SkyTeam [9], OneWorld [10]. Тим не менше, жодна із українських авіакомпаній поки що не входить до жодного глобального альянсу.

Існують приклади успішних бонусних програм українських авіаперевізників. Так, авіакомпанія Міжнародні авіалінії України (МАУ) успішно оперує програмою лояльності PanoramaClub (Панорама Клуб) [11].

Важливою особливістю програм лояльності є те, що користувач послуги має можливість накопичувати бонусні бали (або бонусні милі) не лише при користуванні перевезеннями, але й при придбанні товарів чи користуванні послугами компаній партнерів.

Найчастіше партнерами бонусних програм авіакомпаній стають такі категорії операторів, по-

слуги якими є комплементарними до послуг перевезень, наприклад:

- готелі;
- компанії з прокату автомобілів;
- магазини безмитної торгівлі (Duty Free)
- туристичні компанії;
- банки тощо.

Механізм взаємодії між оператором програми лояльності та компанією-партнером досить простий та полягає у наступному:

1. При користуванні послугами компанії-партнера клієнтові-учаснику програми нараховуються бонусні бали на його особистий рахунок.

2. Компанія-партнер сплачує операторові програми лояльності вартість нарахованих бонусних балів.

3. Клієнт може обміняти бонусні бали на знижки при купівлі перевезень. Можливі випадки, коли за допомогою бонусних балів можливо розрахуватись за товари і послуги компанії-партнерів: наприклад у деяких магазинах Duty Free на території Німеччини можливо розрахуватись мілями програми Miles&More.

Існує досвід запровадження бонусних програм залізничними операторами. Наприклад, російський залізничний монополіст – ВАТ «РЖД» – запровадив програму лояльності РЖД-бонус [12]. Учасникам програми надається можливість накопичувати бали за здійснені поїздки в поїздах і вагонах ВАТ «Федеральна пасажирська компанія» (дочірня компанія ВАТ «РЖД») – ВАТ «ФПК», а з 17 грудня 2013 г. и в поїздах «Сапсан», що курсують по території Російської Федерації та за її межами.

Отримані бали пасажирів мають можливість обміняти на преміальні поїздки у вагонах «Купе», «СВ» и «М'який» Федеральної пасажирської компанії, а також у вагонах класу «Економ» та «Бізнес» поїздів «Сапсан».

Слідуючи зарубіжному досвіду, ВАТ «РЖД» та ВАТ «ФПК» залучають компанії-партнери до співпраці у рамках бонусної програми. Так, одним із перших партнерів програми РЖД-Бонус виступив один із найбільших банків Російської Федерації – Банк ВТБ.

Укрзалізниця [13] також активно вживає заходів задля залучення додаткового пасажиропотоку, особливо до користування поїздами категорії ІНТЕРСІТІ+.

Передбачено низку знижок та бонусів, які дозволяють пасажирам заощадити кошти.

Так, при формуванні тарифів передбачається зниження вартості проїзду:

- при оформленні проїзного документу «туди-зворотно» в розмірі 10 %;
- за днями тижня (у четвер та суботу) у розмірі 10%.

Крім того, для заохочення пасажирів у придбанні проїзних документів на швидкісні поїзда ІНТЕРСІТІ+ заздалегідь, з 1-го березня 2013 року була введена гнучка система регулювання тарифів у вагонах Першого класу. Дана система диференціації тарифів попереднього продажу проїзних документів передбачає зміну вартості проїзду в залежності від строку придбання проїзного документа до дати відправлення, а саме:

- при придбанні проїзних документів за 45 – 44 доби до дати відправлення поїзду вартість плацкартної частини тарифу зменшується на 15%;
- при придбанні проїзних документів за 43 – 30 днів до дати відправлення поїзду вартість плацкартної частини тарифу зменшується на 10%.

Рухаючись у сучасному тренді, на виконання Національного плану дій на 2013 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», затвердженого Указом Президента України № 128/2013 [1], з 01 жовтня 2013 року діє Бонусна програма ІНТЕРСІТІ_Бонус, яка дозволяє пасажирам, які часто подорожують, заощаджувати.

Програма ІНТЕРСІТІ_Бонус діє для пасажирів вагонів Першого Класу поїздів ІНТЕРСІТІ+ при оформленні електронного проїзного документа (ЕПД) через Інтернет-сайт <http://booking.uz.gov.ua> для всіх поїздів «ІНТЕРСІТІ+» Української залізничної швидкісної компанії. Основна суть Бонусної програми полягає в тому, що щоразу при придбанні квитка у вагон Першого Класу поїзда ІНТЕРСІТІ+ за будь-яким напрямком пасажир має можливість накопичувати бонусні бали, які при досягненні достатньої їх кількості зможе обміняти на знижку при придбанні нагородного квитка.

Не зважаючи на той факт, що зроблено дуже позитивний крок і запроваджено бонусну програму ІНТЕРСІТІ_Бонус, її існуючий варіант реалізації робить її малоефективною та не дозволяє досягти тих цілей, задля яких вона, власне, створювалась. До основних недоліків за результатом її аналізу можливо віднести наступні:

- дія бонусної програми поширюється лише на пасажирів Першого класу – тобто пасажирів другого класу не мають можливості нею скористатись;
- бонусні бали не нараховуються на квитки, продані зі знижкою – це різко зменшує її цінність для пасажирів;
- у бонусної програми на даному етапі відсутні партнери;
- відсутня можливість отримання фізичної картки учасника бонусної програми;
- відсутня градація клієнтів за статусом (залежно від частоти та тривалості користування), а також привілеї для статусних клієнтів;
- Не запропоновано інтерактивних комунікацій між перевізником та пасажиром-учасником бонусної програми.

Бонусна програма створена для того, щоб збільшити дохід та прибуток перевізника. З метою доведення бонусної програми ІНТЕРСІТІ_Бонус до того стану, коли вона ефективно виконуватиме свої функції, необхідно вжити ряд заходів, зокрема:

- Поширити дію бонусної на пасажирів другого класу – це дасть можливість суттєво збільшити кількість її користувачів;
- бонусні бали не нараховувати на всі квитки незалежно від дії інших знижок (окрім пільгових). У разі потреби доцільно розглянути питання про скасування інших знижок;
- залучити партнерів бонусної програми: кейтерінг-сервіс у поїздах, готелі, служби таксі, банки тощо – це дасть можливість одержати додатковий дохід;
- забезпечити емісію іменних фізичних карток. Розглянути можливість випуску іменних карток із фотографіями – в цьому випадку (у разі прийняття відповідного рішення) дані картки зможуть виконувати функцію документа, що посвідчує особу при посадці у поїзд. Це створить додаткові зручності для пасажирів;
- запровадити градацію користувачів (учасників) бонусної програми за статусом (залежно від частоти та тривалості користування), наприклад: «срібні», «золоті» та «платинові» клієнти, а також привілеї для статусних клієнтів;

- запропонувати інтерактивні комунікації між перевізником та пасажиром-учасником бонусної програми: як мінімум – відповідний інтернет-портал та кол-центр.

Окрім того, бонусна програма повинна бути динамічною – лише у такому разі вона буде цікавою для пасажирів, а отже й виконуватиме свою основну функцію – збільшення пасажиропотоку. Отже, бонусна програма повинна постійно підтримуватися промоакціями та інтерактивами, без яких вона ефективною не стане.

З організаційної точки зору, бонусна програма одного перевізника підтримується окремим спеціально створеним структурним підрозділом – найчастіше це відділ, в якому працює 4...7 фахівців,

однак, необхідна кількість фахівців визначається індивідуально.

Висновки. Бонусна програма при правильній її реалізації може стати ключовим елементом успіху запровадження нового виду міжміських перевезень – денних швидкісних залізничних перевезень. Тому надзвичайно важливим є розвиток бонусної програми ІНТЕРСИТИ_Бонус до рівня повноцінної бонусної програми, побудованої на широкому спектрі додаткових можливостей, сильних сторонах та конкурентних перевагах, а також на високому рівні сервісу.

У подальших дослідженнях доцільно сконцентрувати увагу на розробленні чіткої структури та функціоналу програми ІНТЕРСИТИ_Бонус.

Список літератури:

1. Офіційне Інтернет-представництво Президента України // <http://www.president.gov.ua/documents/15521.html>.
2. Абрамов А.П. Маркетинг на транспорті : учебник для вузов / А.П. Абрамов, В.Г. Галабурда, Е.А. Иванова – М. : Желдориздат, 2001. – 623 с.
3. Аксёнов И.М. Маркетинг на объектах транспорта / И.М. Аксёнов – Нежин : ООО «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. – 336 с.
4. Громова О.В. Підвищення економічної ефективності залізничних пасажирських перевезень в сучасних умовах : дис. ... кандидата екон. наук : 08.07.04 / Громова Олена Володимирівна. – Харків, 2002. – 201 с.
5. Перепелюк А.В. Основи маркетингу на залізничному транспорті / А.В. Перепелюк, Г.Д. Єйтутіс. – Дніпропетровськ : Континент, 1996. – 212 с.
6. Сенцова К.А. Разработка системы маркетингового управления пассажирскими перевозками на железнодорожном транспорте : дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.05 / Сенцова Ксения Александровна. – М., 2003. – 210 с.
7. Не дисконта ради // Forbes Україна. – № 9. – 2013.
8. Офіційний інтернет-портал СтарАльянсу : <http://www.miles-and-more.com>
9. Офіційний інтернет-портал альянсу СкайТим : <http://www.skyteam.com>
10. Офіційний інтернет-портал альянсу ВанВорлд : <http://www.oneworld.com/>
11. Офіційний інтернет-портал PanoramaClub : <https://www.flyuia.com/rus/panorama-club/information/welcome.html>
12. Офіційний інтернет-портал програми РЖД-бонус : <https://rzd-bonus.ru/index.html>
13. Офіційний інтернет-портал Укрзалізниці : <http://www.uz.gov.ua/>

Красноштан А. М.

Национальный транспортный университет

БОНУСНАЯ ПРОГРАММА КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПАССАЖИРОПОТОКА ДНЕВНЫХ СКОРОСТНЫХ ЭЛЕКТРОПОЕЗДОВ КАТЕГОРИИ ИНТЕРСИТИ+

Резюме

В статье рассмотрено использование программы лояльности как инструмента стимулирования увеличения населения и пассажиропотока скоростных электропоездов категории ИНТЕРСИТИ+. Рассмотрен отечественный и зарубежный опыт использования программ лояльности, проанализированы тенденции развития и совершенствования таких программ. Проведен критический анализ и предложены пути совершенствования программы лояльности ИНТЕРСИТИ_Бонус для пассажиров поездов ИНТЕРСИТИ +.

Ключевые слова: пассажирские перевозки, население поездов, бонусная программа.

Krasnoshtan O. M.

National Transport University

BONUS PROGRAM AS A TOOL FOR INCREASING THE PASSENGER FLOW OF THE HIGH-SPEED TRAINS INTERCITY+

Summary

The use of loyalty programs as a tool to stimulate an increase in passenger traffic and a population of high-speed trains Intercity+ have been considered. Consider national and international experience in the use of loyalty programs, analyzes trends in the development and improvement of these programs. A critical analysis and suggested ways to improve loyalty programs INTERSITI_Bonus Intercity passenger trains +.

Key words: passenger transportation, habitability trains, bonus program.

УДК 339.9:37

Красовська О. Ю.

Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля

ГЛОБАЛЬНЕ ОСВІТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

У статті розглянуто освіту з позицій глобалізації та маркетинга. Обґрунтовано структуру глобального освітнього середовища. Автор виділяє та аналізує основні фактори глобального освітнього середовища.

Ключові слова: освіта, освітня система, глобалізація, макро- та мікрофактори, глобальне освітнє середовище.

Постановка проблеми. Сучасний світ демонструє посилення глобальної взаємозалежності, яка охоплює усі сфери життя, у тому числі, і освіту. На початку XXI століття 5% сукупної робочої сили було задіяне у сфері освітніх послуг, близько 2 трлн. дол. щорічно витрачається на здійснення освітнього процесу у всіх країнах світу. «Інтернаціоналізація та глобалізація суспільства призвели до того, що зміни в одній галузі дуже швидко переносяться на інші, підсилюючи взаємозв'язок та взаємозалежність цих сфер. За таких умов отримані знання в певній системі суспільно-соціальних координат швидко втрачають свою цінність» [1, с. 103]. Про це свідчить і зростаюча мобільність студентів – за останнє десятиріччя на 80%, у 2011 р. 4 млн. студентів отримували освіту поза межами власних держав.

Важливість обраної проблематики змушує постійно повертатись до неї, знаходячи нові шляхи розвитку сучасної освіти та розробки затребуваного міжнародною спільнотою освітнього продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впливу глобалізаційного середовища на освітню сферу достатньо широко висвітлюється в роботах зарубіжних вчених: З. Баумана, Д. Белла, Г. Беккета, Ж. Делора, Д. Денмана, Ф. Кумбса, Е. Тоффлера та ін. Вітчизняні вчені також не стають осторонь даної проблеми. Зокрема в роботах А. Павленко, І. Каленюк, Л. Антонюк, В. Шейко, А. Поручника досліджується досвід західних освітніх систем, виділяються шляхи удосконалення освіти України. В роботах Ж. Малахової, Л. Гаєвської, С. Шерстобітової, Б. Холода освіта розглядається як продукт суто національної економіки, який потребує просування на глобальний ринок. В інших дослідженнях, представлених науковцями країни виділяються загальні тенденції глобалізації освіти.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на величезну кількість наукових праць з проблем глобалізації освіти, в них не йдеться про власне саму структуру глобального середовища в контексті освіти, і ролі освіти в процесах глобалізації світового середовища.

Мета статті. Враховуючи вищесказане, метою статті виступає виділення структурних елементів глобального середовища освіти та визначення загальних факторів впливу.

Виклад основного матеріалу. На початку XXI століття у наукових колах з'явилося поняття «глобалізація освіти», яке за думкою Н. Чернікової означає об'єктивний процес, який обумовлений глобалізацією важливих сфер людської діяльності, що веде до поступового формування єдиного світового освітнього простору шляхом виведення таких явищ, як інтернаціоналізація, інтеграція, гармонізація в освіті на новому більш високому рівні [2, с. 20]. А. Ліферов бачить глобалізацію

освіти в інтерактивному підході до навчання, заснованому на центральних проблемах виживання людини та співробітництва різних спільнот в рамках глобального суспільства [3, с. 41]. Дані тлумачення підкріплюються сучасними тенденціями розвитку освіти, які можна узагальнити наступним чином:

- зростання глобального попиту на освітні послуги, зростання кількості суб'єктів ринку освітніх послуг [4, с. 8];

- зростання мобільності студентів та викладачів, інтенсифікація міжнародних наукових досліджень, зростання співробітництва між університетами [5];

- загострення конкуренції між університетами, транснаціоналізація освіти, автономізація університетів, посилення координації між навчальними закладами та бізнесом [5];

- уніфікація освітніх продуктів, програм, визнання дипломів, розвиток паралельної освіти, поширення мережевих університетів [6, с. 21].

Разом з цим, формується і новий підхід до розуміння освіти – освіта все більш переходить в ринкову категорію, тобто виступає продуктом процесу обміну, формується глобальний ринок освітніх послуг. Така ситуація містить в собі як позитивні, так і негативні риси. Серед позитивних необхідно виділити інтеграцію, демократизацію, гуманізацію, індивідуалізацію, всезагальність та вседоступність. Серед негативних – втрата фундаменталізму, погіршення якості освіти, розгляд знань як товару без його соціальної (моральної, духовної тощо) цінності. Як слушно висловився В.А. Садовничий: «Зараз найбільш широко пропала гований став погляд на систему освіти переважно як на сферу послуг» [7, с. 10].

З метою мінімізації впливу негативних рис глобалізації освіти доцільним є виділення рівнів освіти та виявлення всіх факторів того «глобального» середовища, в якому розвивається сучасна освіта на кожному рівні. Подібна структуризація дозволить збалансувати класичні цінності освіти та сучасні ринкові можливості освітньої системи.

В загальному сенсі, освіта є процесом передачі та отримання певних знань та навичок через навчання. Водночас, освіта несе в собі важливу виховну функцію за допомогою якої відбувається соціальна адаптація людини. Крім того, через освіту держава (або певна громада) реалізує власні інтереси, передаючи людині свої цінності, традиції, культуру тощо.

Тобто, в глобальному контексті, освіта виступає процесом передачі накопиченого знання, цінностей від одного покоління іншому. Звідси, глобальна освітня система є соціальним інститутом суспільства, який функціонує в глобальному середовищі в інтересах суспільства. Глобальна освітня система складається з регіональних, національних та локальних освітніх підсистем (рис. 1).



Рис. 1. Структура глобальної освітньої системи

Реалізуючі процес освіти на локальному рівні, місцева громада передає власні, самобутні цінності учням. Держава формує національну систему освіти через мережу навчальних закладів, які реалізують на місцях загальнонаціональну освітню політику, яка враховує інтереси держави. Щодо регіональної системи освіти, то вона формується під впливом традицій освітньої діяльності, які склалися у певній географічній місцевості. Так, можна виділити американську, європейську, азіатську регіональні освітні системи.

Враховуючи тенденцію до маркетизації освіти та виходячи з розуміння освіти та глобальної освітньої системи і необхідно розглядати категорію «глобальне середовище освіти» («глобальне освітнє середовище»).

Теорія маркетингу виділяє макро- та мікросередовище, до яких відповідно відносять економічні, політико-правові, технологічні, соціальні фактори та споживачів, постачальників, конкурентів, контактні аудиторії. Отже, виходить що до глобального середовища входять і макрофактори, і мікрофактори. Набір даних факторів має безпосередній вплив на освіту, і в глобальних масштабах не може контролюватись окремою освітньою системою. Опосередковано, всі підсистеми глобальної освітньої системи впливають на глобальне освітнє середовище (рис. 2).

Серед економічних факторів найбільше значення мають два – фінансування освіти та добробут населення. Саме ці два фактори формують якість пропозиції освітнього продукту та попит на нього. Разом з цим, обсяги фінансування залежать від стану національних економік, так як і добробут потенційних споживачів. Якщо у США та країнах ЄС на освіту виділяється 5,6 – 8,5 % від ВВП, в Україні на освіту виділяється близько 6,4% від ВВП (табл. 1). Співставивши дані по названим

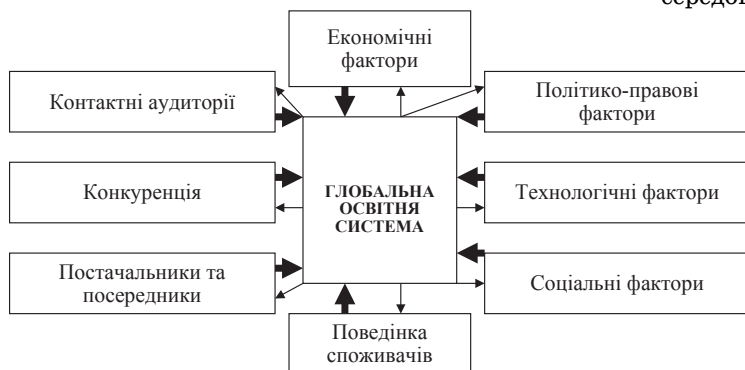


Рис. 2. Структура глобального освітнього середовища

Примітка: жирною стрілкою позначено прямий вплив, тонкою – опосередкований.

двом факторам, можна зробити висновок про значні розбіжності між якістю та доступністю освіти в різних країнах світу.

Таблиця 1
Обсяги фінансування освіти та ВВП в деяких країнах світу (дані за 2012р.)

Країна	Обсяги фінансування освіти, % від ВВП	ВВП, млрд. дол. США
Данія	8,5	235
Швеція	7,4	411
Фінляндія	6,5	209
Україна	6,4	338
Швейцарія	6,0	426,8
Білорусь	6,0	147
Франція	5,9	2372
США	5,6	15685
Угорщина	5,5	220
Великобританія	5,4	2333
Нідерланди	5,4	724
Польща	5,4	854
Литва	5,2	70,1
Німеччина	4,6	3349
Словаччина	4,3	137
Молдова	4,3	12,19
Росія	3,6	3373
Румунія	3,4	352

Джерело: Всесвітній банк [8]

Щодо політико-правових факторів, тут також можна виділити два основних: по-перше, це право людини на освіту, яке задекларовано у статті 26 Загальної конвенції про права людини [9]; по-друге, це політика експансії, яку проводять найпотужніші держави світу, насамперед, США, країни ЄС, Росія. Право людини на освіту дозволяє розглядати все населення планети як потенційних споживачів освітніх послуг та продуктів. Політика експансії США, країн ЄС в освітній сфері направлені на формування нових ціннісних орієнтирів людини, нових потреб в освітньому продукті, який, відповідно, можна отримати лише в даних країнах. Завдяки цьому дані країни залучають до себе талановитих студентів, науковців, працівників і формують власний інноваційний потенціал.

Інформатизація суспільства, що набуває останніми роками глобального характеру, є одним із стратегічно важливих напрямів розвитку цивілізації, результати якого яскраво проявляються вже сьогодні. Інформатизація виступає головним технологічним фактором глобального освітнього середовища. Інформатизація виражається, насамперед, через комп'ютеризацію освітнього процесу та розширення мережі Інтернет, що, в свою чергу, сприяє розвитку дистанційної освіти та поширенню мережних університетів. Комп'ютер давно став тотальною технологічною машиною, яка поєднала в собі текст, зображення і звук, що є його головним достоїнством при використанні в освітньому процесі.

Інтернет нестримно поширюється по всьому світу, міцно увійшовши в освітній процес. В середині 2012 р. біля 2,26 млрд. людей мають доступ до мережі Інтернет, тобто майже третина населення планети. Регіональний розподіл користувачів Інтернет представлений на рис. 3.

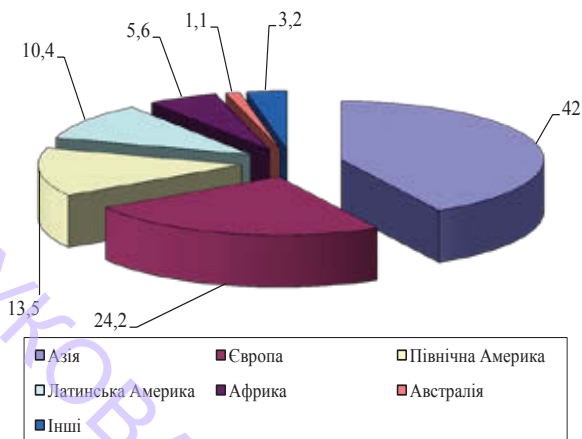


Рис. 3. Доступ до мережі Інтернет в регіонах світу
Джерело: Internet World Stats [10]

За охопленням населення всесвітньою павутиною лідирує Ісландія – 95% населення. Серед великих країн – Німеччина (83%), США (77,9%), Росія (49%), Китай (38,3%). В Україні Інтернетом користується 30% населення. Цікавим є розподіл мовної аудиторії Інтернет. Частка користувачів англійською мовою падає (у 2012 році вона складала 27% проти 80% у 1996). Найзначніше зростає частка користувачів, що віддають перевагу китайській мові (у 2012 році 24%). Далі з великим відривом йде іспанська мова (8% користувачів). У першу десятку найбільш використовуваних в Інтернеті мов входить і російська – 59,7 млн. користувачів [10].

Завдяки Інтернету студенти і викладачі отримують доступ до найбільших архівів знань світу, супутникових метеостанцій і тисяч інших дослідницьких і освітніх джерел. Інтернет здатний забезпечити можливість дистанційного навчання. Викладачі можуть працювати в мережі не лише із студентами, але і співпрацювати зі своїми партнерами по усій земній кулі. Інтернет є тією інфраструктурою, яка потрібна усім навчальним закладам.

Можливості Інтернету в освіті дозволяють зробити процес навчання доступнішим і швидшим для будь-якого користувача мережі. На кожному етапі навчання можливості Інтернету дають різний результат, залежно від поставленої мети користувача. Створюються такі умови для учня, при яких він, незалежно від географічного місця положення, матеріального рівня, рівня освіти може отримати необхідні йому знання в необхідному обсязі [11].

Процес інформатизації має такий міцний потенціал і, звичайно, збереже свою стратегічну значущість в розвитку цивілізації, оскільки інформатизація є потужним каталізатором багатьох інших процесів розвитку суспільства, у тому числі, створення і впровадження інновацій, нових технологій, а також науки, освіти і культури [11].

Соціальні фактори представлені насамперед населенням та його добробутом. У табл. 2 представлені дані щодо чисельності населення та ВВП на душу населення в деяких країнах світу.

Про що можуть свідчити наведені дані – про доступність та якість освіти для населення даних країн. Прийнято вважати, що чим більше дохід людини, тим більше вона потребує якісних освітніх послуг, продуктів. Крім того, дохід людини може свідчити і про можливість закор-

донної освіти, що вже безпосередньо впливає на конкурентну боротьбу на міжнародному ринку освітніх послуг.

Таблиця 2
Чисельність населення та ВВП на душу населення в деяких країнах світу (дані за 2012 р.)

Країна	Чисельність населення	ВВП на душу населення, дол. США
Данія	5 602 628	41 388
Швеція	9 555 893	42 217
Фінляндія	5 449 500	38 230
Україна	45 455 065	7 418
Швейцарія	8 036 917	52 063
Білорусь	9 464 400	15 579
Франція	63 704 091	35 845
США	317 120 000	49 965
Угорщина	9 906 000	21 570
Великобританія	62 989 551	35 819
Нідерланди	16 836 625	42 938
Польща	38 533 299	21 903
Литва	2 971 905	23 487
Німеччина	82 020 688	40 394
Словаччина	5 404 322	24 986
Молдова	3 559 500	3 424
Росія	143 566 200	23 549
Румунія	21 305 097	16 518
Всього у світі	7 095 217 980	85 537 787 млн. дол. США

Джерело: Всесвітній банк [8]

Щодо такого фактору, як поведінка споживачів, тут важливо приділяти увагу сегментації та розробці пропозицій для виділених сегментів. Постачальниками та посередниками в глобальному освітньому просторі виступають освітні заклади, науковці, викладачі, тренери, громадські організації, асоціації та інші суб'єкти, які розробляють, пропонують та реалізують на світовому ринку освітні стандарти, продукти та послуги.

Конкуренція найбільш яскраво представлена на світовому ринку вищої освіти, де обертається більше 100 млрд. дол. США. В умовах світової глобалізації і інтернаціоналізації освіти одним з найбільш важливих проявів конкурентних переваг системи освіти можна рахувати результати експорту освітніх послуг. Такі результати відбивають вибір споживачів, у тому числі за параметрами, що не мають формалізованої оцінки (наприклад, якість освіти), але які все ж тим або іншим чином оцінюються студентами.

За останні тридцять п'ять років число іноземних студентів (тобто, студентів, що навчаються поза країною їх громадянства) в секторі вищої освіти виросло більш ніж в чотири рази: від 0,6 млн. в 1975 році до 3,7 млн. в 2009 році. За результатами дослідження ОЕСР, проведеного серед 8 країн (США, Канада, Франція, Німеччина, Італія, Японія, Російська Федерація і Сполучене Королівство), найбільша доля іноземних студентів була відмічена у Сполучених Штатах, і з кожним роком ця доля тільки збільшується (рис. 4) [12].

Держави у всьому світі усвідомлюють необхідність і вигоду експорту освіти. У деяких країнах прибуток від експорту освіти є одним з основних джерел доходу країни. Наприклад, вища освіта в США є п'ятою статтею експорту послуг у країні.

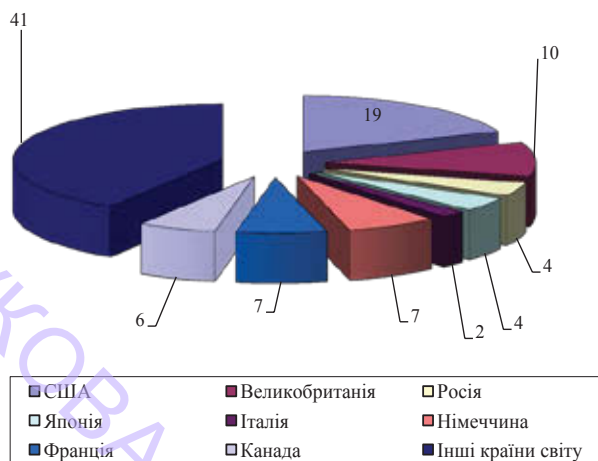


Рис. 4. Доля іноземних студентів в деяких країнах світу у 2011 р., % [12]

Джерело: Організація економічного співробітництва та розвитку

Сукупний економічний ефект від навчання одного іноземного студента коливається від 50-65 тис. дол. (студенти Кембриджа або Гарварду) до 15-20 тис. дол. (провінційні вищі навчальні заклади Канади і Австралії). У національні економіки розвинутих країн світу надходить 100-120 млрд. дол. від іноземних студентів, половина цих грошей безпосередньо йде в освітні заклади.

Водночас, експорт послуг вищої освіти не єдиний напрям конкурентності в глобальному освітньому середовищі. Конкурують між собою і освітні продукти та суб'єкти ринку, які стоять

за їх розробкою. До цієї категорії можна віднести навчальну літературу, методики викладання та навчання, комп'ютерні програми, бібліотеки тощо.

Найвпливовішими контактними аудиторіями в глобальному освітньому середовищі сьогодні є неурядові організації, але з могутньою державною підтримкою. Таких організацій чимало: DAAD (Німеччина), British Council (Великобританія), CIMO (Фінляндія), IDP Education Australia (Австралія), EduFrance (Франція), NAFSA (США) та інші. Деякі з них займаються виключно освітою, а деякі захоплюють суміжні сфери – культуру і мистецтво. У щоденну практику неурядових освітніх організацій входять сотні проектів: вони підтримують програми розповсюдження рідної мови, організують обмін студентами й ученими, надають інформаційно-консультативні послуги, просувають національну освіту, конкретні навчальні заклади і програми тощо.

Висновки і пропозиції. Пропозиція у сфері освіти стає все більш різноманітною у міру розвитку знань. Обмеженість освітніх систем окремих країн, глобалізація світової економіки примушують учнів та студентів шукати альтернативні пропозиції послуг освіти. У більшості країн, що експортують послуги освіти, ведуться дослідження ринку освіти і розробка маркетингових стратегій. Багато навчальних закладів прикладають великі зусилля, щоб стати ще привабливішими для іноземних учнів та студентів. В таких умовах вивчення та ретельний аналіз структурних елементів глобального освітнього середовища дозволяє значно підвищити ефективність маркетингових стратегій національних освітніх систем.

Список літератури:

1. Мудрак В. Інформаціологічні тенденції розвитку вищої освіти України в глобальному світовому просторі. // В. Мудрак. – Наукове видання «Філософія освіти», № 1, 2006. – С. 101-108.
2. Черникова Н.В. Глобальное образование: дефиниции и концепции. – Новочеркасск : НПВ, 2004. – 36 с.
3. Лиферов А.П. Глобальное образование – путь к интеграции мирового образовательного пространства. – М. : ИНФО, 1997. – 108 с.
4. Павленко А. Університетська автономія в системі конкурентоспроможного розвитку вищої освіти // А. Павленко. – Науковий журнал «Університетська освіта», № 1, 2011. – С. 6-13.
5. Higher Education to 2030. Volume 2: Globalisation. OECD, 2009.
6. Каленюк І. Сучасні тенденції розвитку освіти у глобальному середовищі // І. Каленюк. – Науковий журнал «Університетська освіта», №1, 2011. – С. 20-26.
7. Садовничий В.А. Высшая школа России: традиции и современность. Доклад на VII съезде Российского союза ректоров // Almamater (Вестник высшей школы). – 2002. – № 12. – С. 7–13.
8. Data refer mostly to the year 2012. World Development Indicators database, World Bank. Database updated on 1 July 2013. Accessed on 2 July 2013.
9. Загальна декларація прав людини // ООН; Декларація, Міжнародний документ від 10.12.1948 [Електронний документ] – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/995_015
10. Internet World Stats [Електронний ресурс] – Режим доступу: - <http://www.internetworldstat.com/>
11. Колин К.К. Информационные технологии – катализатор процесса развития современного общества / К.К.Колин // Информационные технологии. – 1995. – No1. – С. 2-8
12. Organization for Economic Cooperation and Development's: Comparative Indicators of Education in the United States and Other G-8 Countries: 2011, OCTOBER 2011. – URL: <http://nces.ed.gov/pubs2012/2012007.pdf>

Красовская Е. Ю.

Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля

ГЛОБАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО

Резюме

В статье рассмотрено образование с позиции глобализации и маркетинга. Обоснована структура глобального образовательного пространства. Автор выделяет и анализирует основные факторы глобального образовательного пространства.

Ключевые слова: образование, образовательная система, глобализация, макро- и микрофакторы, глобальное образовательное пространство.

Krasovska O. U.

Dnipropetrovsk University named after Alfred Nobel

GLOBAL EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Summary

In the article education is considered from position of globalization and marketization. The structure of global educational space is reasonable. An author distinguishes and analyses the basic factors of global educational space.

Key words: education, educational system, globalization, macro- and micro-factors, global educational environment.

УДК 338:351

Крижановська О. В.

Міжнародний університет бізнесу і права

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

У статті досліджено стан та визначено основні проблеми формування енергетичної безпеки України в паливно-енергетичному комплексі та теоретичні підходи до визначення сутності понять «паливно енергетичний комплекс», «економічна безпека» та стратегічні наслідки цієї галузі.

Ключові слова: енергетична безпека, паливно-енергетична галузь, електроенергетична промисловість енергетичні ресурси.

Постановка проблеми. Сучасний етап економічного розвитку України демонструє ознаки її енергетичної залежності. Для України, як і для багатьох країн світу, рівень задоволення потреб в енергетичних ресурсах за рахунок власного видобутку становить приблизно 50%. Однак при високому рівні залежності країни від зовнішніх поставок природного газу, нафти, ядерного палива викликає стурбованість монополія єдиного постачальника, фактична відсутність диверсифікації джерел постачання імпортованих паливно-енергетичних ресурсів, низька ефективність їх використання. Газовий конфлікт кінця 2011 р.-початку 2012 р. яскраво показав, що для дотримання дієвої енергетичної безпеки нашої країни потрібно розробити та провести цілий комплекс заходів в цьому напрямку. Результатом конфлікту можна вважати перехід Росії і України на більш прозорі принципи в торгівлі і ліквідації посередників.

При визначенні шляхів забезпечення виходу країни з кризи та переходу на шлях стійкого соціально-економічного розвитку важливого значення набувають завдання якісних перетворень в енергетичному комплексі національної економіки. При цьому слід враховувати, що зміни в енергетичній галузі належать до найскладніших процесів при реалізації економічної політики держави. Щоб повною мірою забезпечити енергетичну безпеку України і закласти основи довгострокового стабільного енергопостачання, необхідно розробити та втілювати заходи науково-обґрунтованої і суспільно-сприйнятної енергетичної політики країни. Формування основ такої політики було розпочато в 90-ті роки ХХ століття. За роки незалежності в Україні був прийнятий ряд нормативних документів, в яких визначаються основні цілі, пріоритети та напрямки енергетичної політики, окреслюються механізми розв'язання існуючих протиріч у паливно-енергетичному комплексі країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти, що стосуються дослідження проблематики енергетичної безпеки, її місця в структурі економічної політики країни розглядаються в працях іноземних та вітчизняних авторів, а саме: Макогона Ю.В., Куденко Г.Е., Кадермєєвої Д.С., Ермітової С., Гуцала А., Прейгера Д., Корнілова І., Тодійчука О., Гончара Г., Корсунського С., Саприкіна Е., Омельченка В. тощо. Суттєвий внесок у розуміння комплексу питань енергетичної незалежності, умов та інструментів її забезпечення зроблений дослідниками Національного інституту стратегічних досліджень при Президентіві України та Національного інституту проблем міжнародної безпеки, зокрема Шевцовим А.І., Землянним М.Г., Дорошевичем А.З.

Не вирішені раніше частини загальної проблеми. Незважаючи на значний науковий дор-

бок зазначених вчених щодо висвітлення питань, пов'язаних з сутністю, процесами та механізмами формування та розвитку енергетичної безпеки, багато проблем у цій сфері залишаються не вирішеними. Зокрема, існує необхідність подальшого дослідження факторів та проблем формування енергетичної безпеки України, що дасть змогу окреслити пріоритетні шляхи її забезпечення в сучасних умовах.

Формулювання завдань та цілей статті. Метою статті є дослідження та аналіз стану формування та розвитку енергетичної безпеки України в паливно-енергетичному галузі, комплексний розгляд основних проблем її забезпечення та визначення пріоритетних шляхів їх розв'язання.

Виклад основного матеріалу. Енергетична безпека є однією з базових складових системи національної безпеки держави. Значна інтеграція енергетики в основні галузі економіки та соціальної сфери визначає її особливу роль у гарантуванні безпеки розвитку сучасного суспільства.

У широкому розумінні енергетична безпека визначається спроможністю забезпечувати свої поточні і перспективні потреби в енергетичних ресурсах з урахуванням можливостей виникнення особливих режимів функціонування економіки у надзвичайних ситуаціях, захисту економічних інтересів від системи загроз в паливно-енергетичній галузі.

Визначальним фактором підтримки належного рівня енергетичної безпеки є сталий розвиток власного паливно-енергетичного комплексу (ПЕК), який складається із підприємств, які спеціалізуються на видобутку, збагаченні, переробці і споживанні твердого, рідкого та газоподібного палива, виробництві, передаванні та використанні електроенергії і тепла.

У паливно-енергетичному комплексі виділяються дві великі групи галузей – паливна і електроенергетика. До паливної промисловості належать нафтодобувна, нафтопереробна, газова, вугільна, торф'яна, сланцева, урановидобувна і збагачувальна; до електроенергетики – теплові, гідро-, атомні електростанції і нетрадиційні види (сонячна, вітрова, геотермальна та інші).

В економіці України паливно-енергетичний комплекс відіграє надзвичайно важливу роль. Його місце та значення у промисловості відображає вартість продукції, яка становить п'яту частин від загальної вартості виробленої в державі промислової продукції.

Базовими показниками енергетичної безпеки є такі індикатори: рівень забезпеченості у паливно-енергетичних ресурсах, частка потреби у паливно-енергетичних ресурсах, що забезпечується за рахунок імпорту з однієї країни, наявність стратегічних запасів енергетичних ресурсів тощо.

Перспективною є активізація розробок родовищ нафти і газу, які розташовані в українському секторі Чорного і Азовського морів, хоча це вимагає значних додаткових капіталовкладень.

Родовища природного газу розташовані в тих самих районах, що й нафтові. На території України 83% балансових видобувних запасів природного газу припадає на Східний регіон. Всього на державному балансі природного газу перебуває 309 родовищ загальною потужністю 1 494 млрд. м³. Серед загального обсягу розвіданих запасів нафти і газу близько 60% належить до важкодоступних.

Потенційним шляхом розвитку нафтової і газової промисловості та збільшення видобутку енергетичних ресурсів може бути дорозвідка і використання нерозвіданих запасів, які розташовані на глибинах понад 5 000 м у Дніпровсько-Донецькій западині та Прикарпатському прогині.

Важливим стратегічним ресурсом є запаси вугілля, яким держава забезпечена найкраще серед інших паливно-енергетичних ресурсів. Динаміка основних тенденцій розвитку світової енергетики свідчить про стійке збільшення ролі вугілля. Цей факт має важливе значення для України, оскільки у структурі її паливно-енергетичних ресурсів частка вугілля є значною [3, с. 42].

У структурі вугільних запасів 94,5% припадає на кам'яне вугілля, а 5,5% – на буре. Сумарні запаси вугілля в Україні становлять близько 300 млрд т. За нинішніх темпів освоєння і видобутку вугільних запасів вистачить приблизно на 400 років. Цей фактор значною мірою сприяє підвищенню енергетичної безпеки держави та її регіонів.

В Україні функціонує близько 200 вугільних шахт, які зосереджуються переважно у центральній і північній частинах Донецької та південній частині Луганської областей.

Незважаючи на наявний потенціал, високий рівень вичерпаності запасів вугілля, складність його видобутку, критичність технологічного і технічного стану, надмірний рівень катастрофічності виробництва свідчить про складність збільшення його видобутку в перспективі.

Як свідчить проведений аналіз, серед стратегічних запасів паливно-енергетичних ресурсів Україна найбільшою мірою забезпечена вугіллям, значно меншу роль відіграють поклади нафти і газу, що спричинює її значну залежність від поставок цих ресурсів із-за кордону.

Важливим фактором підвищення рівня забезпеченості потреби у паливно-енергетичних ресурсах виступає розвиток енергетики та підтримка належного рівня її функціонування.

Електроенергетика є галуззю економіки України, від надійного і сталого функціонування якої значною мірою залежать темпи економічного зростання та енергетична безпека держави. Основна частка продукції електроенергетики виробляється об'єднаною енергетичною системою України. Вона включає 8 районних енергосистем та 27 енергопостачальних компаній.

В Україні експлуатують три типи електростанцій: теплові (ТЕС), які працюють на твердому, рідкому та газоподібному паливі; гідрравлічні (ГЕС), які використовують для виробництва електроенергії гідроресурси, та атомні (АЕС), які як паливо використовують збагачений уран або інші радіоактивні елементи. Існують також електростанції, які використовують нетрадиційні джерела енергії, однак їхня частка незначна.

За 5 місяців 2011 року обсяг виробництва електричної енергії електростанціями, які входять до об'єднаної енергетичної системи України, досяг 85 018,1 млн кВт, що на 2 308,7 млн кВт або на 2,8% більше порівняно з аналогічним періодом 2010 року.

Атомними електростанціями вироблено електроенергії на 82,0 млн кВт, або на 0,2% більше проти відповідного періоду 2010 року. Коефіцієнт використання встановленої потужності становить 80,5%, що на 0,4% менше рівня минулого року.

Виробництво електроенергії гідроелектростанціями збільшилося на 124,7 млн кВт, або на 2,4% від минулорічного періоду та становить 5 383,2 млн кВт [1, с. 150].

Наявна структура виробництва електроенергії є занадто витратною для держави, оскільки характеризується значним домінування атомної і теплової енергетики, які виробляють найдорожчу енергію (найбільш дешевим видом електроенергії є гідрравлічна).

Забезпеченість держави у паливно-енергетичних ресурсах значною мірою обумовлюється наявністю власних енергетичних ресурсів, а в разі їх нестачі – покривається за рахунок імпортичних поставок. Однак використання останнього варіанту призводить до виникнення надмірної залежності від одного (монопольного) джерела постачання, що створює загрозу не лише енергетичній, а й національній безпеці держави.

Головними постачальниками нафти і газу в Україні є Російська Федерація, Казахстан і Туркменістан. За експортом нафти частка РФ становить 70%, Казахстану – 30%; за експортом природного газу частка РФ становить 73% обсягів споживання в Україні. Така структура постачання вкрай невигідна для України та є однією з головних загроз її енергетичній безпеці [2, с. 69].

Для України питання енергетичної безпеки є нині головною умовою її існування як самостійної держави. Заходи державного регулювання щодо забезпечення енергетичної безпеки можна розділити на превентивні і ліквідаційні.

Прискорений розвиток вугільної промисловості України вбачається гарантом її енергетичної та економічної незалежності, а тому потребує фінансової підтримки держави. Окремі твердження про недоцільність розвитку вугільної промисловості через низькі якісні характеристики власного вугілля, економічної невигідності його використання, великих матеріальних і фінансових витрат є не досить обґрунтованими в контексті національної безпеки. Зважаючи на значні запаси в нашій державі вугілля, цей стратегічний ресурс може сприяти піднесенню рівня забезпечення енергетичної безпеки України.

Висновки. Таким чином, у статті було здійснено дослідження стану формування вітчизняної енергетичної безпеки в паливно-енергетичній галузі, розглянуто основні проблеми її розвитку та окреслено пріоритетні шляхи їх подолання. Це дає змогу стверджувати: лише глибоке розуміння проблем досягнення енергетичної безпеки країни дозволить винайти ефективні та дієві шляхи їх подолання та сприятиме забезпеченню населення та економіки України надійними та якісними енергетичними продуктами, стабільному розвитку ПЕК та створенню гарантій для високого рівня енергетичної безпеки України. Досягнення поставлених цілей забезпечить високий рівень економічної безпеки та незалежності нашої держави на національній та світовій арені.

Список літератури:

1. Барановський О.І. Фінансова безпека : монографія. – К. : Фенікс,1999. – 338 с.
2. Кормишкин С.Д. Економічна безпека регіону : навч. посіб. – Саранск : Видавн. Мордов. ун-та, 2001. – 136 с.
3. Користін О.Є. Економічна безпека : навч. посіб. / О.М. Джужі. – К. : Алерта; КНТ; Центр учбової літератури, 2010. – 368 с.

Крыжановская Е. В.

Международный университет бизнеса и права

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Резюме

В статье исследованы состояние и определены основные проблемы формирования энергетической безопасности Украины в топливно-энергетическом комплексе и теоретические подходы к определению сущности понятий «топливно-энергетический комплекс», «экономическая безопасность» и стратегические последствия этой отрасли.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, топливно-энергетическая отрасль, электроэнергетическая промышленность энергетические ресурсы.

Kryzhanovskaya E. V.

International University of Business and Law

**THEORETICAL ASPECTS OF FORMATION OF THE MECHANISM
OF ECONOMIC SECURITY IN THE FUEL AND ENERGY INDUSTRY**

Summary

The article investigates the status and identified the major problems of Ukraine's energy security in the fuel and energy complex and theoretical approaches to definition of essence of the concepts of «fuel and energy complex», «economic security» and the strategic impact of this industry.

Key words: energy security, fuel and energy industry, electric power industry of energy resources.

УДК 330.1; 339.9

Кудінова А. В.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ГЛОБАЛЬНОЇ ПОЛІТЕКОНОМІЇ

У статті досліджується проблема змісту, функцій, можливостей та обмежень політичної економії в системі сучасного економічного знання. Визначаються фактори та закономірності економічного розвитку на національному та глобальному рівнях, які викликають потребу не лише у поглибленні політекономічного аналізу соціальних трансформацій, але й оновленні самого предмету новітньої політичної економії. Проаналізовано сучасну систему економічних інтересів, які визначають специфіку соціально-економічних відносин в умовах глобальної економіки.

Ключові слова: глобальна політекономія, класична політекономія, глобалізація, соціально-економічні відносини, формація, цивілізація.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Останнім часом безпрецедентної актуальності набула проблема асиметричності економічного розвитку, що проявляється, з одного боку, в низькому рівні виробництва і споживання в слабборозвинутих країнах, поступової вичерпаності транснаціональними корпораціями їх природних, людських та інших ресурсів. З іншого боку, країни, що розвиваються, демонструють бурхливий розвиток виробництва, не завжди високотехнологічного і безпечного для навколишнього середовища. Якісне дослідження та аналіз подібних диспропорцій можливі лише за допомогою методології та інструментарію політичної економії, що дозволяють визначити стратегію та динаміку соціально-економічного та соціокультурного розвитку, виявити потенціал, рушійні сили того способу виробництва, що формується, виявити обмеження та перспективи одних економічних форм у порівнянні з іншими, «зафіксувати» основу суспільно-економічного устрою як органічну складову певного технологічного способу виробництва, суспільного ладу, економічної та морально-етичної норми поведінки, політико-правового механізму координації та захисту прав індивідів, їх власності.

Водночас трансформаційні процеси в економіці, пов'язані з глобалізацією світового господарства, підкреслюють наявність обмежувальних рамок класичної політичної економії, що вимагає пошуку нових теоретичних підходів та методології, здатних адекватно висвітлити процеси, що відбуваються, та запропонувати ефективний інструментарій впливу на них.

Огляд літератури та виділення не вирішеної раніше частини проблеми. Реальна господарська практика, трансформація та потрясіння світової економіки сприяли своєрідному ренесансу політичної економії, що підтверджується багаточисельними працями як вітчизняних, так і зарубіжних вчених (Г. Гловелі, А. Гриценко, Ю. Зайцева, А. Пороховський [1; 2; 3; 4]). З іншого боку, і проблема формування та розвитку національних економік в умовах глобальних змін сьогодні присвячується багато наукових робіт та публікацій (В. Інозецев, Д. Лук'яненко, А. Поручник, Тоффлер, Ф. Фукуяма, А. Чухно [5; 6; 7]). Проте вивчення специфіки становлення системи соціально-економічних відносин в нових умовах знаходиться, на наш погляд, ще на початковому рівні. Роботи Р.О'Брайана та М. Вільямса [8], Ю.Зайцева та В. Савчука [9], Я. Столярчук та А. Колота [10], що присвячені еволюції, динаміці та структурі соціально-економічних відносин в глобальному контексті, започаткували ці дослідження. Тому вважаємо за потрібне поглиблювати вивчення по-

ставлених питань, досліджуючи «глобальні економіко-політичні процеси, що знаходяться поза контролем національних держав».

Викладення основних результатів дослідження. Своєю часу виникнення політичної економії як науки було пов'язане з необхідністю виявлення економічних законів та закономірностей розвитку національного ринкового господарства та формування багатства народів в умовах індустріальної епохи, домінуючої ролі матеріального виробництва, абсолютизації фізичної праці, коли особистісна незалежність найманого працівника доповнювалась його економічною залежністю від підприємця та капіталу. Маркс показав індустріальне господарство як економічну систему із законами свого руху, високим ступенем субординованості взаємозв'язків та взаємообумовленостей всіх явищ та категорій. Наукова абстракція як метод дослідження дозволила розкрити глибинний зміст товарного та грошового фетишизму, показати, як приватні інтереси реалізуються в рамках інтересів суспільства.

Актуальність цих проблем в умовах сьогодення лише посилюється, проте політична економія змушена розширювати поле дослідження, спиратися не на окрему національну економіку, а в якості об'єкта розглядати світове господарство.

Необхідна модифікація класичного розуміння політичної економії як результату об'єктивних обставин – радикальних змін в економічній системі, поведінці суб'єктів господарювання, системи цінностей людини, трансформації політичної, правової, соціальної систем, змін у зовнішньому середовищі.

Об'єктивність процесу трансформації класичної політекономії обумовлена і тим, що предметом її вивчення є відносини між людьми, приховані речовою формою (ще на початку ХХ ст. відомий філософ С. Булгаков помітив, що соціальне питання складає головну проблему політичної економії), проте останнім часом (особливо у західних країнах) ця форма змінюється: розширення середнього класу гасить класові антагонізми та знімає проблему класового суспільства в тому контексті, як розглядав її К. Маркс. Зміст соціальних протиріч сьогодні суттєво змінюється, трансформуються фундаментальні основи ринкової економіки, звужується капіталістична периферія, зростає роль держави у розподільчих процесах, боротьбі з бідністю, одержавленні фінансової сфери.

Відбуваються кардинальні зміни в структурі суспільного продукту: у доіндустріальному суспільстві переважала сільськогосподарська продукція, в індустріальному – промислові продукти, в сучасній розвинутій економіці домінують послу-

ги, інформаційне виробництво взагалі передбачає поєднання інформаційного продукту та послуг. Поява інформації як нового фактору виробництва означає формування нової економічної структури, що вимагає адекватного регулювання. Проте сьогодні виробничі відносини регулюються, виходячи з традиційних уявлень, сформованих в умовах індустріального господарства.

Крім того, ТНК, які сьогодні у впливі на світову економіку вийшли на перший план, власні інтереси ставлять вище за державні, тому роль національних держав слабшає і частина функцій переходить до різних надержавних організацій та об'єднань. Транснаціональні корпорації, в своєму прагненні раціоналізувати та оптимізувати виробничу діяльність, змінюють структуру виробництва та переміщують масовий випуск трудомістких видів товарів в країни, що розвиваються, що сприяє скороченню традиційних галузей в цих країнах.

Ще один з факторів, що не був відображений в роботах класиків політичної економії – екологія (А. Сміт ставив природу поза межі своїх спостережень і розглядав її як щось незмінне та вічне), хоча Д. Рікардо відмічав, що економічне зростання в довготривалій перспективі неможливо із-за дефіциту природних ресурсів; згідно Мальтуса ресурси природно обмежені; Д. Мілля схилявся до того, що природа сама здатна самостійно відновлювати порушену людиною рівновагу; К. Маркс вважав, що капіталізм, який розвиває продуктивні сили, дозволить звільнити людину від природних обмежень і розглядав питання надексплуатації природних ресурсів, але виключно як зайве підтвердження теорії доданої вартості: забруднення навколишнього середовища викликає витрати, що нерівномірно розподіляються між різними верствами капіталістичного суспільства; і основне навантаження припадає на найманих працівників, які піддаються впливу несприятливих умов і на роботі, і вдома, а це, в свою чергу, призводить до підвищеної захворюваності та смертності. Сьогодні мова вже йде, скоріше, про глобальну надексплуатацію природних ресурсів: починаючи з 1999 р. світова економіка вичерпує біоресурсів Землі на 20% більше, ніж може відтворитися. Проблема ускладнюється тим, що екологічна загроза є результатом діяльності розвинутих країн, які отримують блага від нарощування виробництва, перекладаючи витрати на слаборозвинуті країни. При цьому за умов відсутності важелів впливу на них, взяти на себе відповідальність за забруднення природного середовища країни-лідери глобального руху не погоджуються.

Формування єдиного світового ринкового простору наприкінці ХХ ст. збігається з початком бурхливого розповсюдження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, які складають ядро високотехнологічної революції: якщо ХХ ст. – століття науково-технічної революції, то початок ХХІ ст. – це вже цифрова революція, що дозволяє надати економіці провідних країн інноваційності та наукоємності. Сучасні технології стають важливою ланкою інфраструктури світового господарства, оскільки всі країни світу, незалежно від ступеню соціально-економічного розвитку покриті загальною інформаційною мережею. Масове виробництво сучасної продукції реалізується, в свою чергу, на основі технологій, що розробляються в країнах «золотого мільярда»: в глобальних умовах темпи зростання прямих інвестицій набагато

перевищують темпи зростання світової торгівлі, що є найважливішим фактором в трансферті промислових технологій, створених транснаціональними компаніями.

Розвиток та ускладнення суспільного поділу праці, координації та механізму взаємодії різних сфер економіки, зростання кількості галузей національного господарства, підвищення значимості сфери послуг, набуття інформацією нового значення, визнання освіти, науки, рівня кваліфікації робітників визначальним фактором суспільного прогресу, формують завдання політичної економії – виявити принципи забезпечення стабільності національної економіки, її здатності відповідати на виклики сучасного розвитку, спроможності захистити своїх громадян та забезпечити добробут та процвітання. Політична економія є теорією суспільного розвитку, і в класичному вигляді є теорією суспільного відтворення як багатомірного процесу, що теоретично відображає господарські результати практичної діяльності. Сучасні реалії вимагають від політекономії виявлення тих закономірностей, тенденцій та чинників, що дозволять національній економіці конкурувати та виживати в умовах багатопольярного світу.

Сучасна людина, суспільство мають потребу в новій соціально-політичній концепції суспільства [11, с. 430]. З цього приводу А. Льюїс в роботі «Теорія економічного зростання» зазначає: «зростання душевого випуску продукції залежить, з одного боку, від наявності природних ресурсів і, з іншого боку, від людської поведінки... Займатися проблемою людської діяльності необхідно на різних рівнях, оскільки існують безпосередні причини економічного зростання, а також причини цих причин».

Класична політична економія ґрунтується на формальній підході – всезагальним критерієм дослідження та періодизації різних суспільних способів виробництва вважаються типи власності на засоби виробництва. Сьогодні в економічній науці більш актуальним є цивілізаційний підхід – концепція періодизації історії суспільства, що передбачає історичний кругообіг різних типів суспільства та історичних епох через декілька стадій від зародження до загибелі, а в основі поділу людської цивілізації на аграрну, індустріальну, постіндустріальну цивілізації покладений критерій розвитку окремих продуктивних сил. Подібну зміну парадигми можна пояснити передусім тим, що відмінності між цивілізаціями не просто реальні, вони – найбільш суттєві, і нерідко сукупність та різноманітність цивілізаційної своєрідності господарського життя в різних країнах та національної специфіки економічних відносин визначають модель та ступінь економічного розвитку.

Відродження духовних цінностей і зміцнення соціальних пріоритетів може мати величезні наслідки для способу ведення господарства і економічної динаміки. Одним з трьох основних структурних елементів капіталізму як економічного устрою (крім приватного розпорядження засобами виробництва та ринково-цінового механізму як способу координації) є максимізація доходу та користі як суттєвої мотивації господарюючих суб'єктів. Проте постіндустріальна стадія розвитку формує нові ціннісні установки: накопичення не матеріальних благ, а глибокого духовного досвіду, не кар'єра, а сприйняття природи і культури, не «мати», а «бути». Продуктування моральних вимог та ціннісних установок не є функцією економіки, тому сьогодні постає питання (не стіль-

ки економічне, скільки соціально-філософське виправданості моральної та соціальної нейтральності приватної власності, максимізації доходу та цінового механізму.

Культурно-цивілізаційні відмінності, до яких слід додати ще природне середовище економічної діяльності, формують свій набір факторів, умов та обмежень, які впливають на виникнення конкретного типу господарювання. Різноманіття цивілізаційних та природних умов господарювання не лише неминуче призводить до виникнення різноманіття національних економічних систем, але й визначає закономірності їх розвитку, можливості адаптації до нових, глобальних умов.

Вихідним методологічним принципом класичної політичної економії були інтереси власників факторів виробництва та робітників (хоча меркантилісти вивчали «комерційний та мануфактурний труд», фізіократи – «виробничий клас», «труд взагалі» в теорії А. Сміта і Д. Рікардо, їх об'єднує «держава», «клас власників», а потім, більш конкретно – феодалів і нарешті капіталістів). І, як ще наприкінці ХІХ ст. А. Бланкі писав, що «політична економія древніх має однаковий зміст з політичною економією нашого часу, при всіх можливих революціях становились віч на віч лише дві партії: партія людей, бажаних існувати власною працею, і партія людей, бажаних жити за чужий рахунок», то, відповідно, сьогодні мова йде про суперечливість інтересів країн-лідерів, які стоять в авангарді глобальних змін, і периферійними країнами.

Ідеологічна спрямованість політичної економії є безсумнівною, адже, характеристика виробничих відносин об'єктивно можлива лише через призму інтересів одного із суб'єктів ринкової економіки (зрозуміло, що такий вибір є суб'єктивним вибором, хоча так само суб'єктивно він відстоюється як природній, істинний, абсолютно вірний). Крім того, дослідник, як і будь-який член соціуму, включений у великі суспільні структури (кла-

си, страти тощо), які, у свою чергу, суттєво детермінують тип його наукового мислення, оцінки та прогнози економічних процесів, що по суті є відображенням особливого економічного інтересу, тобто обраний на початку дослідження ключовий інтерес визначає, у кінцевому підсумку, його висновки та результати.

Висновки. Основною задачею глобальної політичної економії на сучасному етапі є, на наш погляд, окреслення основ єдиної картини світу. В такому контексті політична економія вивчає особливості національного відтворення, але принциповим є оновлення методології дослідження, оскільки механістичне використання інструментарію класичної політекономії в умовах глобального розвитку, формальний «перенос» об'єктивних для національної індустріальної економіки закономірностей та тенденцій функціонування економічної системи на глобальне світове господарство є вкрай неефективним.

Можемо констатувати, що система економічних інтересів в наш час суттєво ускладнюється: приватні економічні інтереси проявляються однаково на всіх рівнях, але національні інтереси, державні інтереси, інтереси транснаціональних суб'єктів та міжнародних організацій мають різні прояви. Незважаючи на таке різноманіття економічних суб'єктів в сучасній економіці, на глобальний розвиток впливають історично стійкі елементи, що існують в основі кожної моделі господарювання (домінуючі форми власності, ключові економічні інститути, роль держави в економіці, базові цінності, що лежать в основі господарських архетипів, що склалися історично) та соціокультурні фактори – переконання, ціннісні орієнтації, національні стилі управління та підприємництва. Тому предметом глобальної політичної економії залишається вивчення відносин між людьми в процесі соціально-економічної взаємодії, проте з обов'язковим врахуванням усіх змін, притаманних глобальній економіці.

Список літератури:

1. Гловели Г. Политэкономия в широком смысле: элементы институционализма и утопизма / Г. Гловели // Вопросы экономики. – 2010. – № 10.
2. Гриценко А.А. Політична економія: актуалізація проблематики, методологічний потенціал і сполученість з інституціоналізмом / А.А. Гриценко // Економічна теорія. – 2012. – № 1. – С. 5-20.
3. Зайцев Ю.К. Субстантивістська школа, або політична економія Карла Поланьї, та її місце у пізнанні природи сучасних чинників економічного розвитку / Ю.К. Зайцев // Україна: аспекти праці. (Науково-економічний та суспільно-політичний журнал). – 2011. – № 4.
4. Пороховский А.А. Политическая экономия – основа и стержень экономической теории / А.А. Пороховский // Экономист. – 2012. – № 1. – С. 72-73.
5. Иноземцев В.Л. На рубеже эпох. Экономические тенденции и их неэкономические следствия / В.Л. Иноземцев. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2003.
6. Поручник А.М. Національний інтерес України: економічна самодостатність у глобальному вимірі : монографія. – К. : КНЕУ, 2008.
7. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек / Фрэнсис Фукуяма ; пер. с англ. М.Б. Левина. – М. : АСТ:Ермак, 2005.
8. O'Brien R. And Williams M. Global Political Economy. Evolution and Dynamics. – New York, 2004.
9. Зайцев Ю.К. Сучасна політична економія (проблеми та інституціональне поле предмета і методології досліджень) : навч. посіб. / Ю.К. Зайцев, В.С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2011.
10. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : монография. / Под научной редакцией проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. – Киев, 2013.
11. Нобелевские лауреаты по экономике. Джеймс Бьюкенен. Границы свободы. – М. : Таурис Альфа, 1997.

Кудинова А. В.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ГЛОБАЛЬНОЙ ПОЛИТЭКОНОМИИ

Резюме

В статье исследуется проблема содержания, функций, возможностей и ограничений политэкономии в системе современного экономического знания. Определяются факторы и закономерности экономического развития на национальном и глобальном уровнях, которые вызывают потребность не только в углублении политэкономического анализа социальных трансформаций, но и обновлении самого предмета современной политической экономии. Проанализирована современная система экономических интересов, которые и определяют специфику социально-экономических отношений в условиях глобальной экономики.

Ключевые слова: глобальная политэкономия, классическая политэкономия, глобализация, социально-экономические отношения, формация, цивилизация.

Kudinova A. V.

Getman V. Kyiv National Economic University

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ANALYSIS OF THE GLOBAL POLITICAL ECONOMY

Summary

The article is dedicated to the problem of content, functions, capabilities and constraints of political economy in the system of modern economic knowledge. In particular the article identifies factors and patterns of economic development at the national and global levels that trigger the need both in deep political economy analysis of social transformations, and the latest update of political economy subject. Also there is an analysis of modern system of economic interests that determine the features of socio-economic relations in a global economy.

Key words: global political economy, classical political economy, globalization, social and economic relations, formation, civilization.

УДК 331.563:339.747

Ладунка І. С.

Бердянський державний педагогічний університет

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАЙНЯТОСТІ ТА БЕЗРОБІТТЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуті актуальні проблеми безробіття та зайнятості в Україні, досліджені основні наслідки збільшення безробіття та висвітлені напрямки вирішення проблем зайнятості та безробіття в Україні. Запропоновано основні заходи щодо забезпечення повної зайнятості та відповідності пропозиції робочої сили до потреб економіки.

Ключові слова: безробіття, зайнятість, економічно активне населення, трудовий потенціал, державна економічна політика.

Постановка проблеми. Дослідження проблем безробіття та зайнятості в Україні в сучасних умовах господарювання є досить актуальним. Сучасний стан ринку праці свідчить про потребу прийняття термінових і радикальних заходів, необхідних для вирішення проблеми зайнятості та створення робочих місць. Необхідним є розробка стратегічної концепції державної і регіональної політики. Існуюча система допомоги безробітним не відповідає ситуації, яка склалася, а потребує докорінного реформування [3, с. 7].

Значною проблемою у сучасних умовах є глибоке протиріччя між структурою зайнятості в Україні та завданнями прискорення економічного зростання й побудови інноваційної моделі економіки. Існування вимушеної неповної зайнятості, заборгованість з виплат заробітної плати, недосконалість соціально-економічних важелів дотримання трудових прав і соціальних гарантій призводять до значних економічних та соціальних втрат, зменшують конкурентоспроможність національної економіки. У зв'язку з цим залишається актуальною потреба у науковому пошуку шляхів вирішення проблем зайнятості та запобігання вимушеного безробіття в Україні в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та тенденції рівня безробіття та шляхів його мінімізації розглядали такі українські вчені, як: В. Федоренко, П. Нікіфоров, А. Вольська, І. Петрова, А. Казановський, О. Котляр, В. Костиков, О. Рузавіна, І. Маслова та інші. Водночас, незважаючи на значне коло досліджень, можна з впевненістю стверджувати, що поки не запропоновано дієвого універсального механізму запобігання безробіття в Україні та забезпечення ефективної зайнятості. Прояв негативних тенденцій на українському ринку праці обумовлюють необхідність продовження досліджень у зазначеному напрямі.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість фахових досліджень, спрямованих на вирішення проблеми безробіття в Україні, питання стосовно розробки заходів щодо зниження рівня безробіття та забезпечення продуктивної зайнятості залишається актуальним і остаточно не вирішеним.

Метою статті є дослідження основних проблем та наслідків безробіття у сучасних умовах економіки України, аналіз та дослідження причин його виникнення, а також виявлення шляхів подолання цієї проблеми. Розробка практичних рекомендацій щодо забезпечення продуктивної зайнятості в Україні.

Виклад основного матеріалу. Під безробіттям розуміється таке соціально-економічне явище, для якого характерно незайнятість частини робочої сили (економічно активного населення) у сфері

економіки. Причин безробіття дуже багато, одними з яких є: спад економіки; структурні зрушення; технологічний прогрес та запровадження нових технологій. Це пов'язано, передусім, з мізерними інвестиціями, низьким рівнем запровадження сучасних технологій в економіку і т. д. [6].

Основні проблеми ринку праці нашої держави пов'язані зі зростанням тривалості періоду безробіття, збільшенням кількості громадян, які шукають роботу, а також існуванням труднощів щодо працевлаштування соціально незахищених верств населення. Хоча, за даними Державного центру зайнятості, рівень безробіття в Україні за останні п'ять років низився, особливої актуальності набуває розробка нової концепції вирішення проблеми зайнятості та безробіття [2].

Основними економічними та соціальними наслідками безробіття є: скорочення обсягів виробництва валового національного продукту, зниження податкових надходжень до державного бюджету, зростання витрат на соціальну допомогу безробітним, посилення соціальної напруженості, зниження трудової активності.

Попри невисоку економічну активність в Україні з початку 2013 року на ринку праці спостерігалися позитивні тенденції. Зафіксовані Державною службою статистики України показники зайнятості населення за методологією Міжнародної організації праці були найвищими для відповідного періоду за п'ять років, а рівень безробіття в країні, розрахований за тією самою методикою, був найнижчий з 2008 року.

За методологією МОП у середньому за перше півріччя 2013 року чисельність зайнятого населення у віці 15-70 років порівняно з відповідним періодом 2012 року збільшилася на 89,3 тис. осіб та становила 20,4 млн. осіб. Внаслідок цього рівень зайнятості економічно активного населення відповідного віку зріс до 60,2% (59,6% у січні-червні 2012 року) (табл. 1).

Характерною рисою підвищення зайнятості в Україні було збільшення її рівня в усіх регіонах України. Найвищі показники традиційно спостерігалися в містах Києві та Севастополі – відповідно 64,5% і 63,4% до економічно активного населення у віці 15-70 років. Вищий, ніж у середньому по Україні, рівень зайнятості був також у Дніпропетровській області (62,4%), Автономній Республіці Крим (62,3%), Запорізькій області (61,3%).

Чисельність безробітних за методологією МОП у середньому за перше півріччя 2013 року зменшилася порівняно з відповідним періодом попереднього року на 67,4 тис. осіб і становила 1,6 млн. осіб. Рівень безробіття населення у віці 15-70 років низився до найнижчого з 2008 року показ-

Таблиця 1

Показники ринку праці в окремих регіонах України у 2012-2013 роках [4]

Регіони	Ринок зайнятості населення				Ринок безробітного населення			
	у віці 15-70 р.		працездатного віку		у віці 15-70 років		працездатного віку	
	2013 рік	2012 рік	2013 рік	2012 рік	2013 рік	2012 рік	2013 рік	2012 рік
Україна	60.2	59.6	67.3	66.9	7.5	7.8	8.0	8.4
АРК	62.3	61.8	70.6	70.4	5.8	6.2	6.2	6.6
Дніпропетровська область	62.4	61.7	71.9	71.1	6.7	6.8	7.0	7.2
Донецька область	60.4	59.5	69.3	68.7	8.2	8.4	8.7	9.0
Запорізька область	61.3	60.4	69.5	69.4	6.8	6.9	7.2	7.4
Миколаївська область	60.4	59.8	68.8	68.1	7.9	8.1	8.4	8.7
Одеська область	61.3	59.1	66.6	66.6	5.6	6.1	6.0	6.5
Сумська область	60.4	59.6	65.6	65.2	8.2	8.8	9.1	9.8
Харківська область	61.1	60.5	69.7	69.4	6.6	7.2	7.0	7.6
м. Київ	64.5	64.2	71.0	70.3	5.4	5.8	5.9	6.3
Севастополь	63.4	62.9	69.9	70.2	5.6	6.0	6.2	6.7

ника і становив 7.5%. Зниження рівня безробіття спостерігалось в усіх областях України без винятку, проте найнижчим його рівень був у містах Києві та Севастополі та Одеській області – відповідно 5,4%, 5,6% і 5,6% до економічно активного населення у віці 15-70 років.

За офіційними показниками безробіття, зареєстрованими державною службою зайнятості України, чисельність зареєстрованих безробітних і рівень безробіття в січні-серпні 2013 року були вищими, ніж у відповідний період минулого року. Проте протягом усього звітного періоду рівень зареєстрованого безробіття був нижчий, ніж середній показник для відповідного показника за останні п'ять років. У вересні 2013 року офіційний рівень безробіття знизився до 1,5%, як і в вересні попереднього року. Це відбулося завдяки зростанню попиту на робочу силу. Збільшення потреби в працівниках знизило напругу на ринку праці, унаслідок чого навантаження на 10 вільних робочих місць зменшилося з 60 осіб у вересні 2012 року до 48 осіб у вересні 2013 року.

У січні-червні 2013 року найвищий попит на робочу силу спостерігався в промисловості – 28,2% від загальної потреби. Потреба в робочій силі спостерігалася також у сфері оптової та роздрібною торгівлі та державного управління й оборони, які мали відповідно 12,6% та 12,5% від усіх вільних робочих місць (вакантних посад).

Аналіз безробіття в Україні станом на січень 2011-січень, лютий 2013 наведений в таблиці 2.

Таблиця 2

Показники безробіття в Україні 2011-2013 роках

Показники	Січень 2011 року	Січень 2012 року	Січень 2013 року	Лютий 2013 року
Всього зареєстровано безробітних, тис. чол.	482,8	520,9	564,5	589,1
Отримують допомогу з безробіття, тис. чол.	365,3	398,4	435,8	469,1
Середній розмір допомоги на одного безробітного, грн.	845	917	1089	1069

В січні 2012 р. рівень безробіття зріс до 1,9% порівняно з 2011 р. Станом на 1.02.12 в Державній службі зайнятості було зареєстровано 520,9 тис. безробітних, тоді як у січні 2011 р. 482,8 тис., з них кількість чоловік, що отримують допомогу з безробіття зросла на 33, 1 тис. Середній розмір

допомоги на одного безробітного збільшився на 72 грн. порівняно з 2011 р.

Однак, у лютому 2013 року офіційний рівень безробіття в Україні підвищився з 2,0% до 2,1%. Всього, за даними Держкомстату, на кінець лютого 2013 року в Державній службі зайнятості було зареєстровано 589,1 тис. безробітних. З них державну допомогу отримують 469,1 тис. осіб. При цьому місяцем раніше кількість безробітних становила 564,5 тис. безробітних, з них допомогу отримували 435,8 тис. осіб. Таким чином, за місяць кількість безробітних українців зросла на 24,6 тис. осіб.

Рівень безробіття є досить диференційованим по окремих регіонах України. Нині найвищий рівень зареєстрованого безробіття характерний для західних областей республіки – Волинської, Житомирської, Закарпатської, Івано-Франківської, Львівської та Тернопільської. Найнижчі показники рівня безробіття склалися в Одеській області, м. Києві та Севастополі.

Враховуючи демографічну ситуацію, яка склалася в різних регіонах України, можна передбачити, що при нинішньому рівні створення нових робочих місць у західних областях і природному прирості населення рівень безробіття в регіонах у майбутньому набуде ще більшої гостроти [6].

Державний комітет статистики повідомив про рівень зареєстрованого безробіття в Україні до кінця березня 2011 року зберігся на рівні 2,2% населення працездатного віку, як і в лютому. У січні цього року показник безробіття становив 2,1%, в грудні 2010 – 2%, в листопаді – 1,6%, в жовтні – 1,4%, вересні – 1,5% [2].

Безробіття було викликано масовим скороченням виробництва, свідчить також зменшення вільних робочих місць на 27,7% та зниження при цьому робочої сили з 28,3% до 22,5% середньооблікової кількості штатних працівників. При цьому особливо суттєве збільшення рівня безробіття в Україні відбулось серед чоловіків (10,8% серед чоловіків, віком 15-70 років, проти 6,8% серед жінок). Це пояснюється тим, що скорочення виробництва відбулось, у першу чергу, в галузях чорної металургії, машинобудування, хімічної промисловості, будівництві тощо, де серед працівників переважають чоловіки. В меншій мірі криза позначилась на сільському населенні, ніж на міському, оскільки сільськогосподарське виробництво не відчуло такого суттєвого падіння попиту на свою продукцію. Крім того, для сільського населення традиційно притаманний високий відсоток само-

зайнятих. Слід зазначити, що найбільше під час кризи постраждало молоде населення України. Так, серед осіб віком 15-24 років, рівень зайнятості у 2008-2009 рр. скоротився на 7,5%, а для молоді віком 25-29 років падіння цього показника склало 5,5%. Причому, скорочення зайнятості відбулось у більшій мірі серед молодих жінок (на 9,6% та 7,3% відповідно).

Основними причинами зростання безробіття в Україні серед молоді є такі: під час кризи значна частина випускників вищих навчальних закладів не змогла конкурувати з більш досвідченими претендентами на робоче місце, що є ще одним свідченням невідповідності рівня підготовки фахівців в Україні потребам виробництва; з цієї ж причини в першу чергу під скорочення потрапляли і продовжують потрапляти працівники з меншим досвідом роботи, більшість з яких – молоді люди; значний контингент молоді не зміг працевлаштуватися після служби у Збройних силах.

Особливо незацікавлені роботодавці у молодих жінках, оскільки ті, в перспективі, можуть претендувати на полегшені умови праці у зв'язку з вагітністю, піти у відпустку по догляду за дитиною, частіше змушені перебувати на лікарняному тощо.

Така ситуація в сфері працевлаштування молоді потребує особливої уваги держави, оскільки йдеться про найменш соціально захищену, але найбільш активну та мобільну частину суспільства. Незайнятість у молодому віці загрожує не лише втратою кваліфікації, але посилює мотивацію до еміграції за кордон.

Основний зміст шляхів зниження безробіття зосереджений у проблемах на ринку праці, а саме пов'язаних з дисбалансом між попитом на робочу силу та її пропозицією; погіршенням якісних характеристик робочих місць, що впливає на повільне скорочення безробіття; незадовільним процесом реформування системи освіти, що відображається у недостатньому розвитку та неадекватній підготовці кваліфікаційних кадрів; недостатнім рівнем реформування трудової сфери, що впливає на ефективність зайнятості; важкою ситуацією, пов'язаною з маргінальними групами населенням на ринку праці. Ще однією проблемою для вітчизняної економіки є зовнішня міграція населення. Загальноприйнятим в сучасних умовах світової глобалізації економічних відносин є той факт, що

3% населення мешкає за межами своїх країн. Однак в українському суспільстві еміграційні процеси є значно масштабнішими і непередбачуваними. Проблема полягає в тому, що значна кількість наших співвітчизників виїжджають з країни у пошуках більших заробітків, а це не враховано державною статистикою [7].

Тому і не дивно, що за прогнозами фахівців ООН, населення України може істотно скоротитися: до 2026 р. – до 42 млн., а до 2050 р. навіть до 35 млн. осіб. Якщо такі прогнози здійсняться, то не виключено, що Україна змушена буде взятися до імпорту робочої сили [8].

Основними напрямками вирішення проблеми безробіття можна визначити: розвиток малого та середнього бізнесу, відповідність держзамовлення на підготовку спеціалістів у відповідності із реальним станом попиту на робочу силу, надання податкових кредитів підприємствам за кожне нове створене робоче місце, збільшення державного фінансування програм професійного навчання, розширення обсягів субсидування створення нових робочих місць.

Висновки. Проблеми зайнятості та безробіття в Україні вимагають розробки та реалізації державної програми та соціальних гарантій у сфері зайнятості населення працездатного віку. Необхідним є проведення глибокого наукового аналізу та вироблення на цій основі практичних рекомендацій, які можуть використовуватися для розробки і реалізації ефективної соціально-економічної політики, направленої на забезпечення продуктивної зайнятості економічно активного населення країни, зменшення рівня безробіття. Розробка дієвих механізмів вирішення цих завдань має стати предметом подальших наукових досліджень.

Першочерговим завданням для зниження рівня безробіття в державі повинна стати реалізація виваженої економічної політики, зорієнтованої на зменшення рівня бідності та безробіття, підвищення частки оплати праці в структурі реальних доходів населення, забезпечення стабільного зростання національної економіки.

Необхідним є проведення активної політики щодо збільшення попиту на робочу силу з боку державного та приватного сектора економіки, підвищення конкурентоспроможності робочої сили та забезпечення відповідності робочої сили і робочих місць, вдосконалення процесу працевлаштування.

Список літератури:

1. Бюлетень Національного банку України (електронне видання) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Зайнятість: випробування кризою // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 4. – С. 6.
4. Кадацький Г. Я. Проблеми безробіття в Україні та шляхи їх вирішення / Г.Я. Кадацький // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 9. – С. 172-184.
5. Кадацький В.П. Направлення зниження безробіття на Україні / В.П. Кадацький // Економіка, фінанси, право. – 2004. – № 7. – С. 31-34.
6. Лопатіна К. А. Стан та напрями ліквідації проблеми безробіття в Україні / К.А. Лопатіна // Управління розвитком. – 2011. – № 16(113). – С. 85-86.
7. Рябий Є.О. Проблеми, тенденції та шляхи зменшення безробіття в Україні / Є.О. Рябий // Економіка і держава. – 2006. – № 11. – С. 84-88.
8. Ульяницька О.В. Проблеми безробіття і трудова міграція українців / О.В. Ульяницька // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 8. – С. 167-172.

Ладунка И. С.

Бердянський державний педагогічний університет

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Резюме

В статье рассмотрены актуальные проблемы занятости и безработицы в Украине, определены основные последствия увеличения безработицы и предложены основные направления решения проблем занятости и безработицы в Украине. Предложены основные мероприятия относительно обеспечения полной занятости и соответствия предложения рабочей силы потребностям экономики.

Ключевые слова: безработица, занятость, экономично активное население, трудовой потенциал, государственная экономическая политика.

Ladunka I. S.

Berdyansk State Pedagogical University

**ACTUAL PROBLEMS OF EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT
IN MODERN UKRAINIAN ECONOMIC CONDITIONS**

Summary

The article deals with current problems of employment and unemployment in Ukraine, studied the main effects of increasing unemployment and directions of decision of problems of unemployment in Ukraine. The main measures to ensure full employment and labor supply according to the needs of the economy are offered in the article.

Key words: unemployment, employment, economically active population, employment potential, the government's economic policy.

УДК 336.2.5

Лановська Г. І.
Казанський М. В.

Національний університет харчових технологій

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ УКЛАДАННЯ ДОГОВОРІВ ПРИ НАДАННІ ПОЗИК НА ПОКРИТТЯ ТИМЧАСОВИХ КАСОВИХ РОЗРИВІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

У статті наведено результати досліджень основних аспектів укладання договорів при наданні позик на покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів та проаналізовані недоліки розподілу обсягу міжбюджетних трансфертів, розглянуто підходи до вирішення питань щодо касових розривів місцевих бюджетів.

Ключові слова: місцеві бюджети, граничний обсяг, міжбюджетні трансферти, бюджетний період, касовий розрив.

Постановка проблеми. Прийняття у 2001 році Бюджетного кодексу України започаткувало формування нової парадигми міжбюджетних відносин в Україні. Зокрема, було проведене розмежування доходів та видатків між різними рівнями бюджетної системи, впроваджено застосування формули для розрахунку дотації вирівнювання для областей та міст обласного значення, бюджету АР Крим, районних бюджетів, бюджетів міст зі спеціальним статусом Києва та Севастополя.

Бюджетний кодекс України чітко визначив перелік доходів місцевих бюджетів, які належить враховувати при розрахунку обсягу міжбюджетних трансфертів. Так, у ст. 64 Бюджетного кодексу України визначено склад доходів, що закріплюються за бюджетами місцевого самоврядування та враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів, а у ст. 66 – склад доходів, які враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів для бюджету АР Крим, обласних та районних бюджетів. Перелік видатків, що враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів для різних місцевих бюджетів, відповідно визначається у ст.88-90 Бюджетного кодексу України.

Слід зазначити, що зростання сум наданих короткотермінових позичок пояснюється, насамперед, розбалансованістю місцевих бюджетів у часі впродовж місяця і року. Внаслідок нерівномірного надходження доходів виникає необхідність покриття розриву, що тимчасово утворюється у відповідному бюджеті, для забезпечення захищених видатків загального фонду. Таким інструментом покриття касового розриву місцевого бюджету є позика, що надається за рахунок коштів єдиного казначейського рахунку (ЄКР).

В умовах податкової обмеженості питання покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів є вкрай необхідною фінансовою допомогою держави, тому оперативність її отримання та механізм погашення є досить актуальними для органів місцевого самоврядування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування доходів місцевих бюджетів досліджуються багатьма економістами. Зокрема, В. Падалка, Н. Красноступ і В. Крапивка, З. Мацук і В. Хлібний аналізують формування й оптимізацію структури видатків місцевого бюджету з допомогою економіетричних методів. Такі вчені, як К. Павлюк, Ц. Огонь, М. Кульчицький і З. Перун вивчають питання вдосконалення організації виконання бюджетів за рахунок застосування програмно-цільового методу бюджетування. Інші вчені, а саме В. Зайчикова, О. Кириленко, І. Луніна, С. Слухай досліджують питання формування регі-

ональної фінансової політики та доходів місцевих бюджетів.

Незважаючи на досить велику кількість наукових публікацій у сфері місцевих бюджетів, фінансової самостійності місцевих органів влади, міжбюджетних відносин, проблеми організації касового виконання місцевих бюджетів в умовах високої залежності від центральних органів державної влади та низької фінансової самостійності місцевих органів влади залишаються поза увагою науковців.

Мета дослідження. Детальний аналіз ключових аспектів укладання договорів про надання позик на покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів органами самоврядування.

Виклад основного матеріалу. Економічна криза негативно вплинула та частково продовжує впливати на всі сторони економічного життя країни і бюджетну сферу зокрема. Особливо це стосується місцевих бюджетів, так як виконання дохідної частини багатьох із них залежить від роботи підприємств, що розташовані на території громади. Фінансовий стан цих підприємств, їх спроможність в повному обсязі сплачувати податки і збори, що надходять до місцевих бюджетів, має пряму вплив на виконання цих місцевих бюджетів. Необхідно зазначити, що місцеві бюджети зобов'язані забезпечити своєчасність виплати заробітної плати працівникам бюджетної сфери, повноту розрахунків за використані енергоносії та комунальні послуги тощо.

У разі, коли ситуація з виконанням дохідної частини бюджету набуває критичної межі, місцеві органи, відповідно до статті 73 Бюджетного кодексу України, можуть отримувати позики на покриття тимчасових касових розривів [1, с. 63]. Державне казначейство України за погодженням з Міністерством фінансів України має право залучати на поворотній основі кошти єдиного казначейського рахунку (ЄКР) для покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів.

Механізм покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів, пов'язаний із забезпеченням здійснення видатків загального фонду, регламентовано Порядком покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 29 грудня 2010 року № 1204. У даному документі термін «тимчасовий касовий розрив» означає недостатню спроможність місцевого бюджету на конкретну дату погасити за рахунок наявних та очікуваних грошових активів загального фонду (в тому числі залишки бюджетних коштів), крім субвенцій, додаткових дотацій, трансфертів іншим бюджетам (цільові міжбюджетні трансферти)

та коштів резервного фонду (бюджетні фінансові зобов'язання за захищеними видатками) [2]. Позики надаються територіальними органами Казначейства за умов:

1) наявності тимчасового касового розриву місцевого бюджету, обсяг якого визначається за такою формулою:

$$R = Z + D - V, \quad (1)$$

де: R – обсяг тимчасового касового розриву;

Z – залишок бюджетних коштів на рахунках місцевого бюджету та розпорядників коштів такого бюджету (крім цільових міжбюджетних трансфертів та коштів резервного фонду) на дату подання заяви;

D – обсяг усіх очікуваних надходжень до загального фонду місцевого бюджету (крім цільових міжбюджетних трансфертів) у період з дати подання заяви до дати отримання позики;

V – залишок непогашених бюджетних фінансових зобов'язань розпорядників коштів місцевого бюджету за видатками, що зареєстровані в органах Казначейства на дату подання заяви;

2) відсутності простроченої кредиторської заборгованості місцевого бюджету за позиками, отриманими у фінансових установах;

3) відсутності заборгованості місцевого бюджету за коштами, що передаються до державного бюджету, обчисленої виходячи з фактичного обсягу доходів, що враховуються під час визначення обсягу міжбюджетних трансфертів, з урахуванням нормативу щоденних відрахувань, визначеного законом про Державний бюджет України на відповідний бюджетний період. При цьому відсоток виконання річного розпису державного бюджету за коштами, що передаються до державного бюджету з відповідного місцевого, не може бути нижчим, ніж відсоток фактичного виконання річного розпису коштів доходів місцевого бюджету [2].

Договір про надання позики на покриття тимчасового касового розриву місцевого бюджету укладається територіальним органом Державної казначейської служби України з відповідним органом місцевого самоврядування. Повноваження заявника на отримання впродовж року чергових траншів позики на покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів повинні бути делеговані голові рішенням відповідної місцевої ради. Пакет документів, що надається при укладанні зазначеного договору складається з:

- завіреної в установленому порядку копії рішення відповідної місцевої ради щодо надання позики (копія обов'язково має мати відмітку про засвідченні копії документів відповідно до Інструкції з діловодства у Державній казначейській службі України) [3];

- картки із зразками підписів осіб, яким надано право в установленому порядку повноваження щодо укладання договору, та відбитком печатки за формою, встановленою Державною казначейською службою України, копії документів (копії сторінок паспорту та довідки ідентифікаційного номера), копії відповідних документів, що підтверджують повноваження зазначених у картці осіб, завірені в установленому порядку;

- довідки про відсутність простроченої кредиторської заборгованості місцевого бюджету за позиками, отриманими у фінансових установах;

- довідки про відсутність у місцевому бюджеті коштів загального фонду на вкладних (депозитних) рахунках у банках [4].

Наказом Міністерства фінансів України від 22.06.2012 № 756 «Про затвердження форм до-

кументів для надання позик на покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів» затверджено форму договору про надання позики на покриття тимчасового касового розриву місцевого бюджету, що містить незначні зміни відповідно до договорів, які раніше застосовувалися Державною казначейською службою України. Слід зауважити, що у договорі в обов'язковому порядку необхідно зазначити повне найменування органів-сторін договору та реквізити нормативно-правових актів, довіреність або інший документ, що уповноважує особу, яка від імені цих органів підписує даний договір [5].

Однією із найважливіших умов укладення договору є наявність правильно обрахованого граничного розміру позики. Граничний обсяг позики визначається територіальним органом Державної казначейської служби України та не перевищує однієї дванадцятої затвердженого на поточний бюджетний період обсягу доходів загального фонду місцевого бюджету за вірахуванням обсягу цільових міжбюджетних трансфертів.

Відповідно до Бюджетного кодексу України міжбюджетні трансферти – це кошти, які безоплатно й безповоротно передаються з одного бюджету до іншого. Міжбюджетні трансферти поділяються на: дотацію вирівнювання; субвенцію; кошти, що передаються до Державного бюджету України та місцевих бюджетів з інших місцевих бюджетів [6, с. 27].

Діюча сьогодні в Україні система розподілу обсягу міжбюджетних трансфертів має ряд недоліків, а саме:

- слабе стимулювання органів місцевого самоврядування до збільшення доходів, що враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів;

- постійна і суттєва зміна компонентів формули, що погіршує можливість прогнозування місцевих бюджетів (у формулу вносились зміни в частині прогнозування доходів наступного бюджетного періоду, наприклад, застосування методу «ковзної» середньої, від якої в подальшому відмовились).

Суттєвим недоліком розрахунку трансфертів є абстрагування від реально існуючих інфляційних процесів, оскільки розраховані номінальні показники доходів за три попередніх роки не відображають реальної купівельної спроможності грошей поточного року – чим вищими вони є, тим швидше зростають доходи місцевого бюджету і тим, відповідно, меншим буде обсяг дотації вирівнювання. Це є одним із найбільш суттєвих недоліків діючої системи, враховуючи існуючий рівень інфляції впродовж останніх років.

Нормативно-правова база для міжбюджетних трансфертів сформована лише з кількох головних постанов Кабінету Міністрів. Але вони передбачають дуже складну систему визначення розподілу трансфертів, що включає велику кількість показників та коригувальних факторів, які призводять до порушення всією системою принципів прозорості і відповідальності [7, с. 73-82].

Однак, враховуючи обмеженість фінансового ресурсу в поточному бюджетному періоді, надходження міжбюджетних трансфертів до місцевих бюджетів в більшості випадків не співпадає з запланованим помісячним розписом доходів. Тобто ті кошти, які б мали направлятися на покриття бюджетних зобов'язань місцевого бюджету за захищеними видатками в визначеному місяці фактично відсутні, хоча в розрахунку розміру позич-

ки, як зазначалось вище, вони не задіяні.

Відповідно до умов договору, позика надається позичальнику (відповідному місцевому бюджету) траншами в межах граничного обсягу, тобто сума всіх непогашених залишків отриманих траншів не повинна перевищувати визначеного договором граничного розміру позики. Упродовж бюджетного періоду в разі зміни обсягу доходів загального фонду відповідного бюджету граничний розмір позики може змінюватись, про що укладається додатковий договір.

Право безспірного списання надходжень загального фонду місцевого бюджету має Казначейство (за винятком коштів цільових міжбюджетних трансфертів та коштів резервного фонду) в рахунок погашення позики, починаючи з дня ліквідації тимчасового касового розриву, в розмірі не менш як 80% цих надходжень. Окрім того, позичальник має право за рахунок вільних залишків коштів загального фонду бюджету достроково погасити позичку. Із застосуванням відсоткового нормативу повернення позики здійснюється впродовж 60 днів від дня ліквідації тимчасового касового розриву.

На наш погляд, значні обсяги фінансування тимчасових касових розривів місцевих бюджетів за рахунок коштів ЄКР певною мірою пояснюються недосконалістю правил їх покриття. Після отримання позик практично всі надходження місцевих бюджетів перераховуються Державним казначейством на їх погашення, тож для фінансування захищених статей бюджету майже нічого не лишається. Тому тимчасові касові розриви виникатимуть щомісяця доти, доки не буде значних надходжень до загального фонду місцевих бюджетів. Отже, незалежно від застосованих інструментів фінансування тимчасових касових розривів місцевих бюджетів виникають додаткові витрати, пов'язані з компенсацією процентних ставок за залучення коштів у фінансових установах або з організацією самого процесу надання позик. З точки зору мінімізації витрат, основними інструментами фінансування тимчасових касових розривів є:

- оборотний залишок бюджетних коштів: відсутність прямих витрат (відсотків) та низький рівень трансакційних витрат;
- кошти ЄКР: відсутність прямих витрат та порівняно високий рівень трансакційних витрат через досить складну процедуру надання позик;
- кошти фінансових установ: наявність прямих витрат та порівняно високий рівень трансакційних витрат через доволі складну процедуру розрахунку кредитоспроможності й надання позик [8].

Список літератури:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-УІ // Правова Єдність. – Київ, 2011.
2. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів»: від 29 грудня 2010 р., № 1204 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kmu.gov.ua/.
3. Наказ Державної казначейської служби України «Про затвердження Інструкції з діловодства у Державній казначейській службі України»: від 07.05.2012 р., № 124 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : treasury.gov.ua/.
4. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Порядку відкриття та закриття рахунків у національній валюті в органах Державного казначейства України»: від 22.06.2012 р., № 758 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua/.
5. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження форм документів для надання позик на покриття тимчасових касових розривів місцевих бюджетів»: від 22.06.2012 р., № 756 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua/.
6. Боровик П.М. Перспективи розвитку казначейської системи касового виконання бюджетів // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2012. – № 37. – 243 с.
7. Колодій С.Ю., Корчинський В.Є. Удосконалення механізмів фінансування тимчасових касових розривів місцевих бюджетів // Журнал «Фінанси України». – 2011. – № 1. – С. 73-82.
8. Панкевич Л.В. Бюджетний менеджмент : навчальний посібник – К. : Знання, 2006. – 293 с.

Висновки і пропозиції. У результаті проведеного дослідження можемо зазначити, що метою надання позик є забезпечення місцевих бюджетів фінансовим ресурсом, достатнім для своєчасного здійснення у повному обсязі захищених видатків загального фонду, у випадку наявності тимчасових касових розривів.

На нашу думку, основними факторами виникнення тимчасових касових розривів місцевих бюджетів є низька бюджетна самостійність місцевих органів самоврядування, недостатній рівень закріплених доходів місцевих бюджетів та надто висока залежність від міжбюджетних трансфертів.

Отже, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що бюджетні процедури, які регламентують порядок фінансування касових розривів, останніми роками стають дедалі прозорішими і зрозумілішими. Але при цьому посилюється роль загальнодержавних центрів прийняття рішень, унаслідок чого регіональні й місцеві органи влади дедалі більше залежать від вищих органів державного управління.

З метою вдосконалення механізмів фінансування тимчасових касових розривів місцевих бюджетів необхідно:

- підвищити частку власних і закріплених джерел доходів місцевих бюджетів за рахунок надання додаткових повноважень щодо зарахування до складу бюджетів місцевого самоврядування надходження певної частки податку на прибуток підприємств і податку на нерухомість;
- збільшити граничний розмір оборотного залишку бюджетних коштів, що може бути сформований на початок нового бюджетного року;
- полегшити доступ місцевих органів влади до тимчасово вільних коштів ЄКР;
- спростити процедуру отримання позик для покриття тимчасових касових розривів за рахунок коштів ЄКР;
- переглянути норми відрахувань від надходжень коштів до загального фонду місцевого бюджету для погашення заборгованості за наданими позиками за рахунок ЄКР у бік їх зменшення. Зменшення нормативу щоденних відрахувань на погашення позик до 60%, яке має бути враховано в договорі, значно подовжить терміни погашення позик, що позитивно вплине на виконання доходної частини місцевих бюджетів;
- враховуючи те, що міжбюджетні трансферти не завжди надходять до місцевих бюджетів відповідно до затверджених помісячних планів доходів, доцільно було б не виключати їх при розрахунку граничного обсягу короткотермінової позички.

**Лановская Г. И.
Казанский М. В.**

Национальный университет пищевых технологий

**КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА ПРИ ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ЗАЙМОВ
НА ПОКРЫТИЕ ВРЕМЕННЫХ КАССОВЫХ РАЗРЫВОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ**

Резюме

В статье приведены результаты исследований основных аспектов заключения договоров при предоставлении займов на покрытие временных кассовых разрывов местных бюджетов, проанализировано распределение объема межбюджетных трансфертов, рассмотрены подходы к решению вопроса о кассовых разрывах местных бюджетов.

Ключевые слова: бюджетный период, кассовый разрыв, предельный объем, местные бюджеты, межбюджетные трансферты.

**Lanovska G. I.
Kazanskiy M. V.**

National University of Food Technologies

**KEY ASPECTS UKLADANNYADOHOVORIV WHEN PROVIDING LOANS
TO COVER TEMPORARY CASH GAPS LOCAL BUDGETS**

Summary

The results of studies of key aspects of contracts for the provision of loans to cover temporary cash gaps of local budgets, within which: necessity, principles and disadvantages analyzed the distribution of inter governmental transfers, Approaches to resolving the issue of cashgaps of local budgets.

Key words: local budgets, limiting volume, interbudget transfers, budget period, cash dissolution.

УДК 336.71:339.132

Лізогуб Р. П.

Лебідь А. С.

Донецький державний університет управління

АНАЛІЗ СПЕЦИФІКИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ КОМЕРЦІЙНИМИ УСТАНОВАМИ БАНКІВ

У статті проаналізовано досвід використання маркетингу комерційними установами банків. Визначено мету, цілі, принципи та завдання банківського маркетингу, які спрямовані на вивчення ринку і економічної кон'юнктури, конкретних запитів клієнтури і орієнтованих на них пропонованих послуг. Розглянуті особливості маркетингу в банківській сфері.

Ключові слова: банківський маркетинг, комерційний банк, потенційний клієнт, банківська індустрія, банківський продукт, інформаційні послуги.

Постановка проблеми. Змістом банківської діяльності є забезпечення банківського процесу всіма необхідними ресурсами та організація технологічного циклу в цілому. Успішне функціонування банківських установ у ринковому середовищі передбачає високу ефективність їх діяльності та можливість пристосовуватися до зовнішніх умов. Світовий досвід показує, що найбільш ефективно ці задачі вирішуються на основі використання концепції маркетингу. Тому аналіз цієї специфіки й обумовлює актуальність даної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Банківський маркетинг, стратегічний менеджмент знайшли своє відображення у працях Владиславлева Д.Н., Дубовик О.В., Бойко С.М., Вознюк М.А., Колодізов О.М., Кочеткова В.М., Кубіва С.І., Ляпина З.Ф., Мещерякова А.А. Проблеми маркетингової діяльності українських банків привертають увагу багатьох вчених. Банківський маркетинг вивчали: Дубовик О.В., Нікітін А.В., Бортніков Г.П., Федорченко А.В., Ткачук В.О., Брітченко І.Г., Белявцев М.І., Тягунова Н.М. та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Важливими для дослідження залишаються питання забезпечення банківського процесу всіма необхідними ресурсами та організація технологічного циклу в цілому. Діяльність більшості банків в умовах сучасних інтеграційних процесів, передбачає вирішення поставлених задач за допомогою використання концепції маркетингу, а це, в свою чергу, надасть можливість визначення перспектив розвитку даного виду маркетингу в банківській сфері України.

Мета статті. Проаналізувати досвід використання маркетингу комерційними установами банків. Визначити мету, цілі, принципи та завдання банківського маркетингу, розглянути особливості маркетингу в банківській сфері.

Виклад основного матеріалу. Маркетинг в банківській сфері – ринкова концепція управління діяльністю банку, спрямована на вивчення ринку і економічної кон'юнктури, конкретних запитів клієнтури, і орієнтація на них пропонованих послуг. Формування і стимулювання попиту, забезпечення обґрунтованості прийнятих управлінських рішень і планів роботи банку, а також розширення обсягів наданих послуг, ринкової частки і прибутків є метою маркетингу.

Маркетинг – це стратегія і філософія банку, що вимагає ретельної підготовки, глибокого і всебічного аналізу [1, с. 58].

Банк, як відомо, являє собою особливу організацію, що займається специфічним бізнесом. Він надає на платній основі кредитні ресурси підприємствам, організаціям, кооперативам, на-

селенню, державі. Водночас, банк використовує акумульовані ним чужі гроші, що вивільняються з кругообігу у різних власників. Це передбачає його відповідальність за забезпечення схоронності на рахунках в банку грошових коштів клієнтів.

Метою політики керівництва банку і діяльності всіх його служб є залучення клієнтури, розширення сфери збуту своїх послуг, завоювання ринку, зростання одержуваного прибутку. Звідси величезне значення маркетингової роботи банку.

Кожен банківський керівник і фахівець повинен нині виступати в якості експерта з маркетингу. Щоб вижити, банки змушені пропонувати найширший набір банківських послуг.

Маркетинговий підхід передбачає першочергову орієнтацію банку не на свій продукт, а на реальні потреби клієнтури. Банківський службовець стає продавцем фінансових продуктів. У процесі спілкування з кожним клієнтом він покликаний визначити конкретні форми фінансового обслуговування, яких клієнт потребує, роз'яснити йому необхідність і вигідність кожної угоди. У рамках сучасного маркетингу змінюються відносини банку і клієнта. Банк покликаний орієнтуватися на задоволення реальних потреб, дати клієнту те, чого він дійсно потребує [3, с. 184].

Одна з цілей банківського маркетингу – постійне залучення нових клієнтів. В індустріально розвинених країнах охоплення населення банківськими операціями дуже високий: до 80% домашніх господарств вже є клієнтами банків, мають поточні та ощадні рахунки, кредитні картки. Крім цього банки розширюють пропозицію нових видів послуг вже наявним клієнтам. Так, для залучення приватних осіб – потенційних вкладників – великі банки влаштовують виставки та спортивні заходи. Створюються нові види вкладів. Деякі комерційні банки пропонують своїм клієнтам гарантію погашення їх заборгованості у випадку втрати роботи. Широке поширення набуло застосування персональних комп'ютерів, що підключаються через телефонну мережу. Банківське обслуговування на дому стало здійснюватися цілодобово.

Банківський маркетинг, отже, можна визначити як пошук і використання банком найбільш вигідних ринків банківських продуктів з урахуванням реальних потреб клієнтури. У рамках маркетингової діяльності дуже важлива і друга сторона проблеми – обсяг витрат, які понесе банк у результаті розробки та просування нових продуктів [2, с. 9].

Тому встановлені єдині для всіх комерційних банків вимоги, такі як:

- обов'язкове відрахування коштів усіма комерційними банками у фонд регулювання кредитними ресурсами;

- встановлення стандартів банківської ліквідності та офіційної ставки відсотка Центрального банку;

- пряме кредитування банківських установ;

- здійснення операцій з короткостроковими і довгостроковими цінними паперами [3, с. 93].

Надалі з розвитком системи комерційних банків жорстка регламентація їх діяльності буде обмежуватися. Банки в більшій мірі будуть підкорятися законам ринку у прагненні до одержання прибутку. Сам кредит не створює прибутку і банки формують його за рахунок прибутку своїх позичальників.

Створення комерційних банків сприяє становленню грошового ринку, економічною основою якого є наявність тимчасово вільних коштів підприємств і використання їх для покупки цінних паперів. Операції з цінними паперами, що сприяють інвестуванню коштів у виробництво, одна з важливих і перспективних сфер діяльності комерційних банків.

Комерційний характер функціонування банків вимагає широкого застосування маркетингу, який повинен бути націлений в першу чергу на прискорення грошового обороту за рахунок вдосконалення та прискорення безготівкових розрахунків в господарстві. Маркетинг орієнтований на аналіз і задоволення потреб клієнтів банку (підприємств, організацій, кооперативів, населення) у швидкому та правильному проведенні розрахунків.

Маркетинг в банківській сфері націлюється на вивчення ринку кредитних ресурсів, аналіз фінансового стану клієнтів і прогнозування на цій базі можливостей залучення вкладів у банки, змін у діяльності банку. Маркетинг спрямовується на забезпечення умов, що сприяють залученню нових клієнтів, розширення сфери банківських послуг та ін. У банківському середовищі все більш привабливим стає інтегрований маркетинг, спрямований не тільки на розширення кола вкладників, а й на постійне поліпшення якості їх обслуговування. Специфіка маркетингу в банківській сфері полягає в тому, що комерційні банки зацікавлені не тільки в залученні вкладів, а й в активному використанні залучених коштів за допомогою кредитування різних об'єднань, підприємств, організацій, кооперативів та населення. Це обумовлює необхідність комплексного розвитку маркетингу як у сфері відносин комерційних банків з вкладниками коштів, так і в сфері кредитних вкладень, здійснюваних у формі надання позик підприємствам, організаціям, кооперативам і населенню [5].

У сфері взаємодій комерційних банків з господарськими організаціями – вкладниками тимчасово вільних грошових коштів – маркетинг орієнтується на вивчення перспектив збільшення депозитів, забезпечення зацікавленості підприємств, організацій, кооперативів, населення в отриманні ними доходів у формі відсотка.

Для залучення вкладників в умовах конкуренції комерційних банків використовується процентна політика, спрямована на залучення в рамках більш тривалого строку коштів підприємств, організацій, кооперативів та населення. Використання процентної політики в маркетингу комерційних банків, зокрема, встановлення і регулювання процентних ставок, здійснюється з одночасним регулюванням процентних ставок за користування підприємствами та організаціями

кредитами. У сфері процентної політики маркетинг націлюється на стимулювання ефективного кредитування клієнтів з одночасним заохоченням накопичення ними власних фінансових ресурсів, які є базою депозитів у комерційних банках.

У рамках маркетингу в банках повною мірою повинні реалізовуватися такі загальні принципи:

1. Спрямованість дій усіх банківських працівників на досягнення конкретних ринкових цілей.

2. Комплексність процесу функціонування маркетингу (планування, аналіз, регулювання і контроль).

3. Єдність перспективного та поточного планування маркетингу.

4. Контроль за прийнятими маркетинговими рішеннями в якості основи їх практичного втілення.

5. Різномічне і масштабне стимулювання творчої активності та ініціативи кожного працівника банку.

6. Забезпечення зацікавленості працівників у постійному підвищенні своєї кваліфікації.

7. Створення сприятливого психологічного клімату в колективі банку [5].

За минуле десятиліття в банківських системах країн з ринковою економікою відбулися певні зміни, які в принципі ускладнили банківську діяльність. Ці явища можна охарактеризувати наступним чином:

- Посилена конкуренція між банками за ресурси вкладників, за найбільш привабливі умови розміщення залучених ресурсів, що позначилося на показниках банківської діяльності.

- Все більше місце займають небанківські методи запозичення грошових коштів (випуск облігацій та інших цінних паперів).

- Активно застосовуються нові види цінних паперів: державні грошові зобов'язання, фінансові векселі підприємств.

Виникає конкуренція і з боку іноземних банків, які отримують право діяти на українському ринку, що створює додаткові труднощі для національних банків. Сформована ситуація спонукає банки постійно вдосконалювати свою діяльність на основі довгострокової стратегії.

У сучасних умовах банківський маркетинг все частіше починають трактувати як поєднання конкретних технічних прийомів з проведенням цілеспрямованої соціальної політики та впровадження нового мислення банківського службовця. В основі нового підходу лежить принцип «все для клієнта». Черговість пріоритетів наступна – в першу чергу прибуток клієнта, а потім інтереси банку. Клієнт завжди правий. Це – справжня сучасна філософія поведінки банку. Сучасне мислення банківського службовця ґрунтується на загальновідомих принципах: терпимість, витримка, здатність вислуховувати клієнта до кінця, простота і доступність для клієнта прийнятих рішень і рекомендацій, творчий підхід до справи, глибоке освоєння методології вивчення ринку. Максимум уваги і зручностей для клієнта, терпляче роз'яснення йому вигод співпраці з банком – ось що необхідно зараз для залучення коштів приватних вкладників в комерційні банки.

Для співробітника банку знання основ маркетингу важливо з двох сторін. Не викликає сумніву і те, що від якості маркетингу багато в чому залежить, наскільки підприємство-клієнт стійко у фінансовому відношенні. Тому оцінка рівня маркетингу є одним із складових елементів аналізу кредитоспроможності клієнта і визначення ступе-

ня ризику у встановленні і розвитку з ним кредитних відносин [6].

Для українського банку, що діє в умовах безперервної зміни кон'юнктури грошового ринку, не менш важливе значення набуває і власний маркетинг, використання якого найбільш успішно дозволяє вирішувати поставлені перед ним завдання [3, с. 22].

Основними завданнями маркетингу в банку виступають:

1. Забезпечення рентабельної роботи банку в умовах грошового ринку.

2. Гарантування ліквідності банку з метою дотримання інтересів кредиторів і вкладників, підтримання громадського іміджу банку.

3. Максимальне задоволення запитів клієнтів за обсягом, структурою і якістю послуг, що надає банк.

4. Комплексне рішення комерційних, організаційних і соціальних проблем колективу банку.

Особливості маркетингу в банківській сфері обумовлені передусім специфікою банківської продукції. За своїм характером банківські послуги поділяються на кредитні, операційні, інвестиційні та інші. В Україні комерційні банки розвивають крім традиційних, послуги, які пов'язані з розрахунковими, грошовими та іншими операціями за дорученням власників рахунків (вкладників); факторингові послуги; лізингові; довірчі, консультаційні, інформаційні та інші [4, с. 22].

В даний час також є велика потреба у розвитку інформаційних послуг. Інформаційні послуги пов'язані зі збором і наданням інформації про кредитоспроможність клієнтів комерційних банків, про ринок банківських послуг, відсотках по активних і пасивних операціях комерційних банків. Консультаційні послуги комерційних банків полягають у консультуванні клієнта з питань підвищення його кредитоспроможності, пропозицією методики розробки умов лізингових операцій та інноваційного кредитування, прийнятних варіантів кредитування та розрахунків у конкретних економічних ситуаціях, складання звітності.

Основними прийомами банківського маркетингу виступають спілкування з клієнтом, забезпечення рентабельної діяльності і дивідендів акціонерам, створення переваг для клієнта при користуванні послугами даного банку в порівнянні з продуктами інших кредитних і небанківських установ, матеріальна зацікавленість працівників банку у продажу послуг, а також важливим елементом у роботі будь-якого банку, який забезпечує йому довгострокові конкурентні переваги на ринку, є оцінка роботи банку з боку суспільства, адекватна до його фактичних результатів [3, с. 26, 29].

Особливу увагу в сучасній банківській практиці приділяється прямому маркетингу. Головна

мета програм прямого маркетингу – це не тільки надання перспективному клієнту повної інформації про послуги, а й спонукання його діяти без зволікань.

При проведенні прямого маркетингу упор робиться на персональне обслуговування клієнта. З цієї ж метою застосовують і новітній спосіб формування клієнта – телемаркетинг. В результаті проведених досліджень з'ясувалося, що фінансові інститути, використовуючи телемаркетинг, здатні отримати такий же дохід, який вони мали б при створенні нового відділення, але без багатомільйонних інвестицій і з меншими операційними витратами. Банки активно створюють найрізноманітніший інструментарій з вивчення і розвитку ринку.

В Україні маркетинг в банківській діяльності став впроваджуватися передусім в організації рекламної діяльності з метою залучення нових клієнтів.

Іншим напрямком маркетингу може служити дослідження нових видів банківських операцій стосовно українських умов (експортно-імпорتنі платежі, депозитні сертифікати, валютні операції, іпотека, трастові операції та інші).

Керівництво банку в першу чергу повинно зосередитися на питаннях стратегічного планування – найбільше перспективного і пріоритетного напрямку мікрмаркетингу. Тактика маркетингу – оперативна діяльність, спрямована на здійснення маркетингових програм.

Специфіка банку як кредитної установи виявляється в тому, що тут сконцентровані і проходять потоки вартості, що позичається, тільки в грошовій формі, тому в практику повсякденної діяльності спеціалістів банку необхідно впровадити аналіз процесів, що відбуваються на ринку позичкових капіталів, і виявлення можливостей регулювання тих сторін зазначених процесів, що стосуються безпосередньо діяльності конкретного банку. Подібна робота повинна розвиватися в трьох напрямках, що відповідають аналізу стану кредитної системи, банківського сектора і ринку цінних паперів.

Висновки та пропозиції. Таким чином, ефективне формування і стимулювання попиту, розробка і вдосконалення банківських технологій, матеріально-технічного оснащення для здійснення банківської діяльності, забезпечення необхідного рівня банківських продуктів і послуг, виконання всіх видів банківських операцій, забезпечення обґрунтованості прийнятих управлінських рішень і планів роботи банку забезпечення персоналом, а також підтримання ліквідності та прибутковості банку, а також розширення обсягів наданих послуг, ринкової частки і прибутків неможливе без застосування засад банківського маркетингу.

Список літератури:

1. Дубовик О. В. Маркетинг у банку : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Дубовик, С.М. Бойко, М.А. Вознюк, Т.Д. Гірченко // Національний банк України ; Львівський банківський ін-т. – Л. : ЛБІ НБУ, 2006. – 276 с.
2. Нікітін А.В. Маркетинг у банку : навч. посіб. / Нікітін А.В., Бортніков Г.П., Федорченко А.В. – К. : КНЕУ, 2006. – 432 с.
3. Ткачук В.О. Маркетинг у банку : навчальний посібник / В.О. Ткачук. – Тернопіль : «Синтез-Поліграф», 2006. – 225 с.
4. Брітченко І.Г. Маркетинг у банках : навчальний посібник / І.Г. Брітченко, М.І. Белявцев, Н.М. Тягунова. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 345 с.
5. Система банківського менеджменту 2.1. Особливості менеджменту в банківській сфері [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://books.br.com.ua/30482>.
6. Специфика банковского маркетинга. Внедрение маркетинга в банковскую сферу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bibliotekar.ru/biznes-14/4.htm>.

Лизогуб Р. П.

Лебедь А. С.

Донецкий государственный университет управления

АНАЛИЗ СПЕЦИФИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА КОММЕРЧЕСКИМИ УЧРЕЖДЕНИЯМИ БАНКОВ

Резюме

Проанализирован опыт использования маркетинга коммерческими учреждениями банков. Определены цель, принципы и задачи банковского маркетинга, которые направлены на изучение рынка и экономической конъюнктуры, конкретных потребностей клиентов и ориентированных на них услуг. Рассмотрены особенности маркетинга в банковской сфере.

Ключевые слова: банковский маркетинг, коммерческий банк, потенциальный клиент, банковская индустрия, банковский продукт, информационные услуги.

Lizogub R. P.

Lebed A. S.

Donetsk State University of Management

ANALYSIS OF SPECIFICITY OF USING MARKETING BY COMMERCIAL INSTITUTIONS BANKS

Summary

In the article, experience of use of marketing by commercial establishments of banks is analyzed. Definite purposes, principles and problems of bank marketing which are directed on studying of the market and an economic conjuncture, concrete inquiries of clientele and the offered services focused on them. Features of marketing in bank sphere are considered.

Key words: bank-marketing, commercial bank, a potential customer, the banking industry, banking product information services.

УДК 330.33/36

Лежненко Л. І.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНА МОДЕЛЬ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено об'єкти, суб'єкти та система показників аналізу доходів, витрат та фінансових результатів підприємства; інформаційне забезпечення, методи та способи аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.

Ключові слова: аналіз, доходи, витрати, фінансовий результат, методи, моделі.

Постановка проблеми. Функціонування будь-якого підприємства, незалежно від видів його діяльності та форм власності, в умовах ринку визначається його здатністю створювати необхідну суму доходу або прибутку. У зв'язку з цим прибуток займає одне із важливих місць у системі комплексного економічного аналізу, оскільки на його основі оцінюється ступінь досягнення кінцевої мети діяльності підприємства.

Враховуючи те, що діяльність підприємства може бути не тільки прибутковою, а й збитковою, формуватися під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього економічного середовища, тому в обліку і аналізі дають загальну оцінку фінансових результатів, які характеризуються системою абсолютних і відносних показників.

Економічний аналіз розглядає питання вивчення економічних аспектів господарських явищ і процесів – господарської діяльності; виявлення факторів і причин, що їх обумовили; опрацювання, обґрунтування та розробка заходів з мобілізації виявлених резервів; підвищення ефективності роботи підприємства, їх розділів, інших формувань.

Отже, щоб зрозуміти і правильно оцінити те чи інше економічне явище, необхідно не тільки вивчати усі взаємозв'язки і взаємозалежності з іншими явищами, а й досліджувати формування, динаміку та структура фінансових результатів підприємства, що неможливо без чіткого усвідомлення організаційно-інформаційної моделі аналізу доходів, витрат та безпосередньо фінансових результатів суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних, методологічних та практичних аспектів аналізу доходів, витрат та фінансових результатів підприємства знайшли відображення у наукових працях таких вітчизняних вчених, як: А.М. Герасимович, Л.М. Кіндрацька [1], В.С. Лень [2], Є.В. Мних [4], А.М. Поддєрьогін, Г.В. Савицька та інші вчені-економісти. В дослідженнях науковців опубліковано цілу низку методичних рекомендацій щодо проведення аналітичного дослідження фінансового стану та результатів діяльності підприємства, які успішно можуть бути використані при оцінці показників звітності. Разом з тим потребують конкретизації окремі питання, щодо чіткого визначення об'єктів і суб'єктів, джерел інформації та інформаційного забезпечення аналізу доходів, витрат та фінансових результатів підприємства залежно від його мети.

Частина загальної проблеми. Дана робота спрямована на дослідженні організаційно-інформаційної моделі аналізу доходів, витрат та фінансових результатів; вивченні впливу факторів на резуль-

тати господарювання та дослідженні способів аналізу та їх особливостей; визначенні важливих елементів методики аналізу фінансових результатів суб'єктів господарювання.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягає у визначенні об'єктів та суб'єктів аналізу доходів, витрат та фінансових результатів підприємства; узагальненні системи показників аналізу; вивченні джерел інформації та методики їх обробки; встановленні інформаційної бази аналізу фінансових результатів підприємства.

Основними завдання дослідження є:

- розробка загальної організаційно-інформаційної моделі аналізу доходів, витрат і фінансових результатів підприємства;

- визначення інформаційного забезпечення та методів обробки економічної інформації для забезпечення аналізу фінансових результатів підприємства;

- узагальнення технічних прийомів та способів аналізу.

Виклад основного матеріалу. З метою поліпшення аналітичної роботи з вивчення витрат, доходів та фінансових результатів діяльності підприємства рекомендується здійснювати такі відповідні організаційні етапи:

- визначити конкретні об'єкти аналізу даних витрат та доходів;

- визначити суб'єкти їх аналітичного дослідження, розподілити обов'язків між ними;

- здійснити інформаційне забезпечення аналізу;

- розробити та мати у володінні та практичному застосуванні методичне забезпечення аналізу;

- забезпечити своєчасне та оперативне аналітичне обробку даних (велике значення має автоматизація аналітичних розрахунків);

- здійснювати належним чином оформлення результатів аналізу.

Побудова організаційно-інформаційної моделі є способом формалізації аналізу доходів, витрат та фінансових результатів. Вона складається з п'яти взаємопов'язаних блоків. Кожен блок загальної моделі визначає процеси та явища, оціночні показники та джерела їх інформації, а також зацікавлених суб'єктів аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.

Розглянемо організаційно-інформаційну модель аналізу доходів, витрат та фінансових результатів суб'єктів господарювання.

Аналіз господарської діяльності підприємства неможливий без визначення об'єктів дослідження, які впливають на фінансові результати діяльності підприємства.

На рисунку 1 наведено об'єкти аналізу доходів, витрат та фінансових результатів діяльності підприємства.

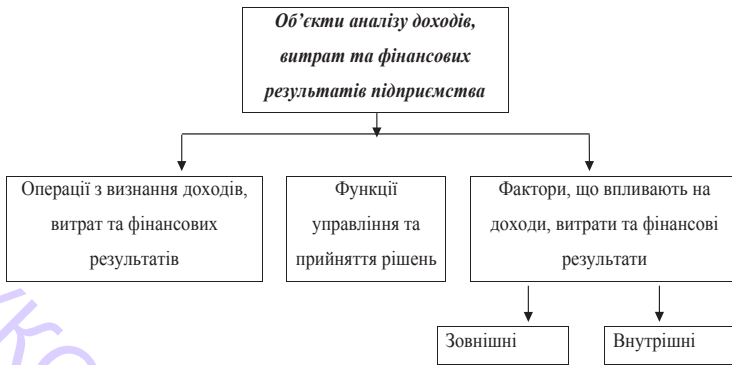


Рис. 1. Об'єкти аналізу доходів, витрат та фінансових результатів



Рис. 2. Суб'єкти аналізу доходів, витрат та фінансових результатів

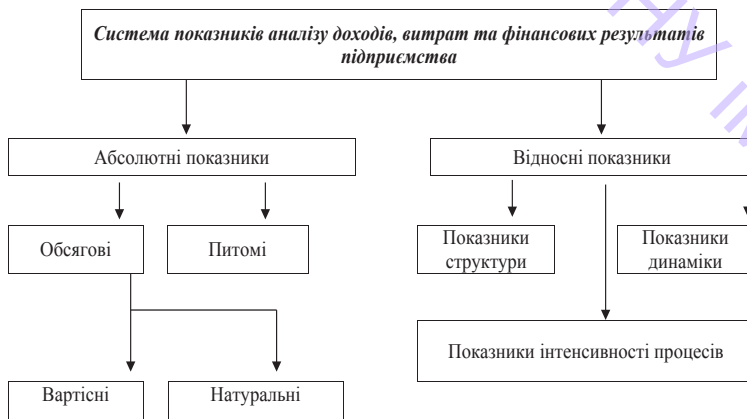


Рис. 3. Система показників аналізу доходів, витрат та фінансових результатів

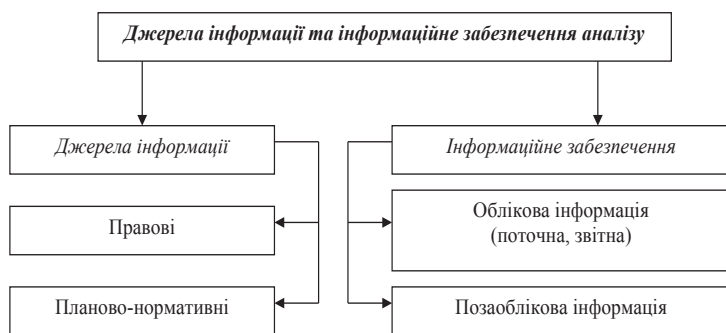


Рис. 4. Джерела інформації та інформаційне забезпечення аналізу доходів, витрат та фінансових результатів

Необхідно зазначити, що, як і користувачі фінансової звітності підприємства, так і зацікавлені особи, що оцінюють діяльність підприємства мають різну мету, цілі та завдання аналізу. З приводу цього доцільно розмежовувати суб'єктів аналізу доходів, витрат та фінансових результатів підприємства, що наочно зображено на рисунку 2.

Наявність об'єктивної вихідної інформації, оперативне її збирання та обробка, вірне проведення відповідних аналітичних розрахунків допомагають виявленню причин негативних явищ та розробці заходів з оптимальної величини витрат та зростання відповідних доходів основної діяльності. Таким чином, наступний блок організаційно-інформаційної моделі узагальнює систему показників аналізу доходів, витрат та фінансових результатів (рис. 3). Показники аналізу доходів, витрат та фінансових результатів можуть бути абсолютними та відносними. До абсолютних показників відносяться показники обсягу: вартісні і натуральні та питомі показники.

До відносних показників відносять показники структури, показники інтенсивності процесів та показники динаміки.

Абсолютні показники – це сума прибутку (чи збитку) за структурою його утворення чи розподілу і використання. Без використання даних про ці величини аналіз найчастіше не може бути повноцінним. Відносні показники фінансових результатів – характеризують відносний у відсотках ступінь прибутковості вкладеного капіталу в цілому і за його структурою, здійснених витрат чи отриманого доходу [3]. Саме відносні величини дають точне і наочне уявлення про розвиток того чи іншого економічного явища.

Інформаційне забезпечення фінансово-господарської діяльності має складну структуру і визначається різними чинниками, а саме: рівнем керівництва, цільовим призначенням інформації, складом користувачів тощо. На рівні підприємства основу інформаційного забезпечення фінансової діяльності становлять бухгалтерські дані.

Джерела інформації підрозділяються на:

1) державному рівні:

- на правові: закони, накази, постанови тощо;
- та планово-нормативні: методичні розробки, коментарі, листи.

2) рівні підприємства:

- облікова інформація поточна та звітна;
- позаоблікова інформація, яка і є інформаційним забезпеченням аналізу доходів, витрат і фінансових результатів підприємства [3].

Джерела інформації та інформаційне забезпечення аналізу доходів, витрат та фінансових результатів визначено на рисунку 4.

Велика увага приділяється обробці економічної інформації, яка здійснюється на підприємствах за різними методами (рис. 5).

Узагальнюючим результатом аналізу доходів, витрат та фінансових результатів є методичні способи, які наочно зображено на рисунку 6.

Ключовим елементом процедури економічного аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є модель обробки вхідної інформаційної бази. Така модель являє собою обґрунтований відповідно до специфічних характеристик конкретного випадку процедури аналізу органічний синтез математичних, статистичних та аналітичних методів дослідження [5].

Загальна структура моделі обробки вхідної інформаційної бази в межах економічного аналізу може бути відображена у такій схемі (рис. 7).

Необхідно зазначити, що базова модель обробки вхідної інформації та якість одержаних результатів аналізу безпосередньо залежать від джерел інформації, які використовуються при здійсненні аналізу фінансових результатів та наведені в таблиці 1.

Отже, можна визначити різні технічні прийоми та способи аналізу фінансових результатів діяльності, а саме:

- первинна обробка зібраної інформації (перевірка, групування, систематизація);
- вивчення стану і закономірностей розвитку досліджуваних об'єктів;
- з'ясування мети кожного з суб'єктів зацікавлених користувачів аналізу;
- визначення системи показників, на підставі яких здійснюється аналіз доходів, витрат та фінансових результатів;
- підбір інформаційного забезпечення та структуру обробки інформації;
- визначення впливу факторів на результати діяльності підприємств;
- підрахунок невикористаних і перспективних резервів підвищення ефективності діяльності;
- узагальнення результатів аналізу;
- обґрунтування планів економічного розвитку, управлінських рішень, різноманітних заходів [2].

Висновки. Узагальнюючи результати проведених досліджень, можна зазначити, що організація та інформаційне забезпечення аналізу доходів, витрат та

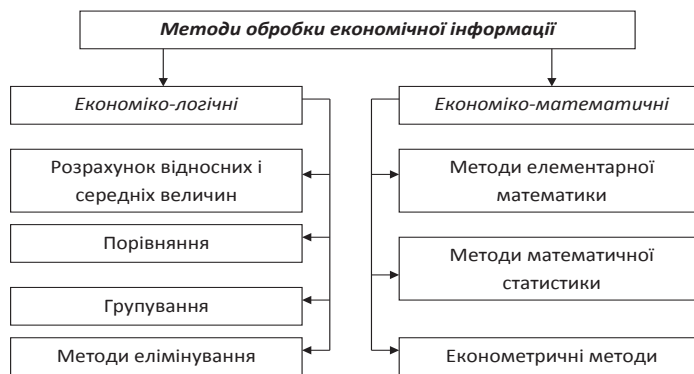


Рис. 5. Методи обробки економічної інформації

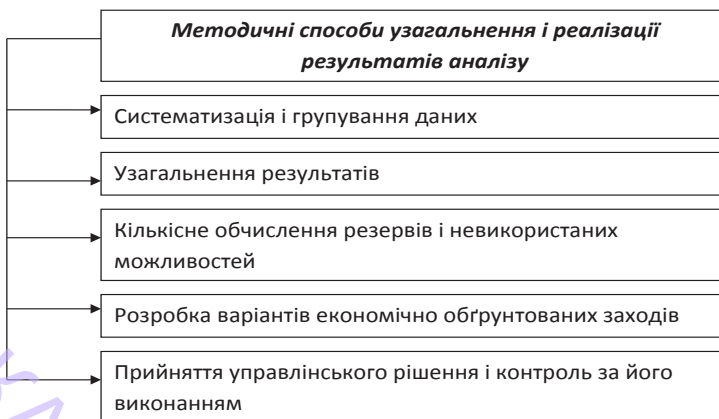


Рис. 6. Методичні прийоми узагальнення і реалізації результатів аналізу доходів, витрат та фінансових результатів

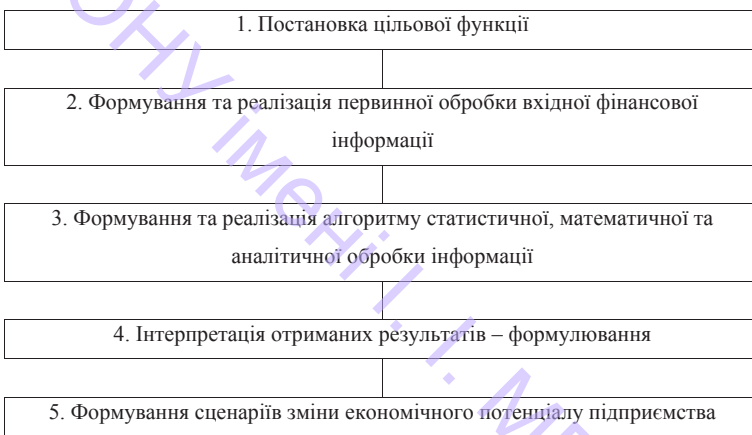


Рис. 7. Базова модель обробки вхідної інформаційної бази

Таблиця 1

Інформаційна база для аналізу фінансових результатів діяльності

Група облікової інформації	Джерела інформації
Первинні документи	Розрахунки та довідки бухгалтерії, накладні, рахунки, товарно-транспортні накладні тощо
Облікові реєстри	Журнали 6 і 7
Дані рахунків бухгалтерського обліку	44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», рахунки класів 7 «Доходи і результати діяльності», 9 «Витрати діяльності»
Фінансова звітність	Ф. 1 Баланс (Звіт про фінансовий стан), ф. 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), ф. 3 Звіт про рух грошових коштів, ф. 4 Звіт про власний капітал, ф. 5 Примітки до річної фінансової звітності
Податкова звітність	Декларація про податок на прибуток підприємства
Статистична звітність	Ф. № 1 «Звіт про основні показники діяльності підприємства», ф. № 1-Б «Звіт про фінансові результати і дебіторську та кредиторську заборгованість»
Інші джерела	Бізнес-план, фінансовий план, управлінська (внутрішня) звітність, матеріали маркетингових досліджень, матеріали ревізій або аудиторських перевірок, результати попередніх аналітичних досліджень тощо

фінансових результатів підприємства відіграє важливу роль у функції управління виробництвом. Визначена чітка структура організаційно-інформаційної моделі аналізу доходів, витрат та фінансових результатів діяльності підприємства надає змогу зрозуміти і правильно оцінити різні економічні явища. Комплексний економічний аналіз являє собою сукупність заходів, спрямованих на

збір, консолідацію, узагальнення та обробку вхідної фінансової інформації, з метою ідентифікації економічного потенціалу об'єкта аналізу, а також форми подання результатів такої ідентифікації. Оцінка фінансових результатів створює необхідну інформаційну базу для прийняття різноманітних управлінських та фінансових рішень щодо проблемних питань бізнесу, напрямків розвитку.

Список літератури:

1. Кіндрацька Г.І., Білик М.С., Загородній А.Г. Економічний аналіз: теорія і практика. – К. : «Знання», 2008. – 428 с.
2. Лень В.С. Управлінський облік : навчальний посібник. 2-ге вид. / В.С. Лень. – К. : Знання, 2006. – 317 с.
3. Литвин Б.М., Стельмах М.В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Б.М. Литвин, М.В. Стельмах. – К. : «Хай-Тек Прес», 2008. – 336 с.
4. Мних Є.В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш // К. : КНТЕУ, 2010. – 412 с.
5. Фаріон І.Д. Управлінський облік : підруч. / І.Д. Фаріон, Т.М. Писаренко // К. : ЦУЛ, 2012. – 792 с.

Лежненко Л. І.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ОРГАНИЗАЦИОННО-ИНФОРМАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Исследованы объекты, субъекты и системы показателей анализа доходов, затрат и финансовых результатов предприятия; информационное обеспечение, методы и способы анализа финансовых результатов деятельности предприятия.

Ключевые слова: анализ, доходы, затраты, финансовый результат, методы, модели.

Lezhnenko L. I.

Vadim Hetman Kyiv National Economic University

ORGANIZATIONAL INFORMATIONAL MODEL OF ENTITY'S FINANCIAL RESULTS ANALYSIS

Summary

The article is devoted to objects, subjects and scorecard analysis of revenues, expenditures and financial results, information support, techniques and methods of analysis of the financial results of the entity.

Key words: analysis, incomes, expenses, financial results, methods, models.

УДК 338.439

Лисенко О. А.

Національний університет харчових технологій

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В СВІТАІ ПРИЄДНАННЯ УКРАЇНИ ДО СОТ

Проведений статистичний аналіз результатів діяльності підприємств харчової промисловості за 2008-2013 рр. Досліджена динаміка зміни результатів фінансової діяльності підприємств харчової промисловості в залежності від їх величини. Виявлено тенденції щодо зміни фінансового стану підприємств харчової промисловості в контексті вступу України до СОТ.

Ключові слова: підприємство, харчова промисловість, фінансові результати, СОТ, рентабельність, продуктивність праці.

Постановка проблеми. Приєднання України до Світової організації торгівлі у 2008 р., як відмічає академік Данилишин, повинно було стати істотним чинником формування привабливого іміджу України на міжнародній арені та надати такі важливі переваги для вітчизняних промислових підприємств, як отримання режиму найбільшого сприяння в торговельно-просторі усіх країн-членів СОТ; доступ до дешевших комплектуючих, устаткування і сировини та забезпечення недискримінаційного транзиту товарів і послуг [1].

Все це повинно було позитивно відобразитися на динаміці змін фінансових результатів промислових підприємств, в тому числі і підприємств харчової промисловості. Оцінювання результативності роботи підприємства є одним з основних елементів системи управління та обґрунтування господарських рішень. Проведення комплексного оцінювання діяльності за різними напрямками за допомогою показників виробничо-господарської діяльності є комплексним завданням для суб'єктів господарювання, які зацікавлені в адекватній оцінці. Різноманітність методів, які застосовуються для цього, зумовлена наявністю конкурентного середовища [2, с. 11].

В цьому сенсі приєднання України до СОТ призвело до ще більшого загострення конкуренції на внутрішньому ринку і визначило необхідність впровадження нових норм безпеки і якості продукції, при цьому ця необхідність дотримання міжнародних норм в цих сферах існує об'єктивно, незалежно від рішення про приєднання до СОТ, оскільки є передумовою підвищення конкурентоспроможності виробників як на внутрішніх, так і зовнішніх ринках [1].

Отже, особливої актуальності набуває проблема ефективної організації виробництва на підприємства харчової промисловості в умовах членства України у СОТ, оскільки виробництво значної частки продукції орієнтоване на експорт [3, с. 3]

Як зазначено у роботі [4, с. 32], важливими чинниками підприємства, що впливають на конкурентоспроможність, є: конкурентоспроможність продукції і здатність підприємства до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. І одними із основних показників отримання підприємствами конкурентних переваг в ринкових умовах є показники їх діяльності, динаміка зміни фінансових результатів та наявність можливостей для їх подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В працях зарубіжних і вітчизняних економістів досліджено широке коло питань, пов'язаних з фінансовим аналізом підприємств, його оцінкою та управлінням. Серед науковців, які приділи-

ли значну увагу дослідженню фінансового стану промислових підприємств, слід виділити таких: В. Андрійчук, М. Баканов, І. Балабанова, Т. Бень, М. Білик, С. Довбня, М. Колотуша, М. Крисанов, Л. Лахтіонова, С. Пеструха, А. Поддєрьогін, Г. Савицька, М. Чумаченко, А. Шеремет та ін. Проте не зважаючи на достатню кількість наукових робіт, присвячених проблемам ефективного оцінювання роботи підприємств харчової промисловості, обґрунтуванням її теоретичної та практичної складової, постійний моніторинг результатів фінансової діяльності дозволить виявити тенденції щодо їх розвитку та виявлення нових напрямів щодо підвищення ефективності їх діяльності в умовах, які змінилися внаслідок приєднання України до СОТ.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є провести аналіз фінансових результатів підприємств харчової промисловості за 2008-2013 рр. з метою виявлення тенденцій в їх діяльності під впливом зміни конкурентних позицій в зв'язку із приєднанням України до СОТ.

Виклад основного матеріалу. Для визначення зміни реальної продуктивності виробництва і ефективності діяльності підприємств в контексті приєднання України до СОТ проведемо статистичний аналіз зміни обсягів реалізованої продукції за видами промислової діяльності за 2008-2013 рр. (табл. 1).

Так, на підприємствах з виробництва продуктів харчування і напоїв у 2008 р. не було досягнуто обсягів реалізованої продукції 2007 р., відставання склало 2,1%, що менше ніж в переробній промисловості і промисловості в цілому (6% і 5,2% відповідно). Найбільше відставання сталося у виробництві олії і жирів – 10,3%. При цьому приріст продукції відбувся у виробництві продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів і крохмальних продуктів – 7,1%; сухарів і сухого печива; виробництві борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання – 4,4% і какао, шоколаду і цукрових кондитерських виробів – 2,6%.

У 2009 р. світова криза позначилася практично на усіх видах виробництва продукції харчової промисловості: зниження склало 6% порівняно з 2008 р., хоча зниження випуску продукції в переробній промисловості склало 26,5%, а в промисловості в цілому – 21,9%. Незважаючи на кризу, відбувся приріст у виробництві олії і жирів (30,1%). Це можна пояснити зокрема тим, що падіння експортних поставок цього виду продукції було найменшим серед основних груп товарів харчової промисловості.

У 2010 р. випуск продукції харчової промисловості збільшився на 3,2%, що є на порядок меншим

Таблиця 1

Обсяг реалізованої продукції за видами промислової діяльності у 2008-2013 рр., млн. грн.

Види промислової діяльності	2008	2009	2010	2011	2012	10 міс. 2013
Промисловість	1181488,6	922742,6	1026089,8	1108177	1102636	910253,6
Переробна промисловість	830000,9	610050,6	694847,7	761553,1	746322	610434,9
Виробництво продуктів харчування, напоїв і тютюнових виробів	180449,1	169622,2	175050,1	180126,5	181927,8	175992,3
Виробництво продуктів харчування	126766,2	120047,5	125449,7	133854,8	136264,2	139298
Виробництво м'яса і м'ясних продуктів	25988,7	23026,0	24591,8	26214,8	27237,2	24279
Переробка і консервація фруктів і овочів	9012,1	7579,2	7154,8	8063,4	8466,6	7760,5
Виробництво олії і тваринних жирів	12281,1	15977,7	17176,1	17983,3	19853,6	26938,6
Виробництво молочних продуктів	29475,9	26557,8	26106,3	24566,0	25524,1	23566,2
Виробництво продуктів борошно-мелно-круп'яної промисловості, крохмалів і крохмальних продуктів	6320,1	5865,0	5636,3	5715,2	5972,4	5583,7
Виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів	18150,3	16462,3	16511,7	16544,7	16528,2	14994,9
Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання	6141,6	5576,5	5972,5	5960,5	6234,7	6656,6
Виробництво інших продуктів харчування	1291,3	1184,2	1277,7	1509,0	1413,9	28232,7
Виробництво какао, шоколаду і цукрових кондитерських виробів	7006,9	6845,8	7119,6	6955,9	6775	12166,5
Виробництво напоїв	38631,1	35811,0	37530,0	35353,2	34999,7	27417,6
Виробництво тютюнових виробів	14833,5	12964,5	11616,2	10826,3	10663,9	9276,7

Джерело: складено автором на основі [5]

порівняно з переробною промисловістю (13,9%) і промисловістю в цілому (11,2%). За усіма видами продукції спостерігався більш-менш рівний приріст (падіння) виробництва до 7% (10%).

У 2011-2012 р. темпи приросту випуску продукції харчової промисловості були незначні, а за перші 10 місяців 2013 р. обсяги виробленої продукції зменшилися на 5,2% порівняно з попереднім періодом 2012 р. Падіння випуску промислової продукції в цілому по Україні і переробній промисловості почався ще у 2012 р., хоча у 2011 р. приріст виробництва в цих галузях був значно більшим (9-10%).

В харчовій промисловості у 2011 р. найбільший приріст обсягів продукції відбувся у виробництві неосновних продуктів харчування (18,1%), переробці і консервації фруктів і овочів (12,7%), м'ясної промисловості (6,6%). Незважаючи на тенденції до падіння виробництва продукції, у 2012 р. збільшилися обсяги випуску продукції олії і жирів (на 10,4%), переробки і консервації овочів і фруктів (на 5%), м'ясної промисловості (на 4,5%), продуктів борошно-мелно-круп'яної промисловості, крохмалів і крохмальних продуктів (4,5%), сухарів і сухого печива; борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання (4,6%).

За підсумками 10 місяців 2013 р., незважаючи на загальне падіння, приріст виробленої продукції отриманий в м'ясній (6,5%) і кондитерській (6,8%) галузях. Найбільше ж падіння випуску продукції спостерігалось у виробництві олії і тваринних жирів (12,4%).

На рис. 1 наведена динаміка зміни обсягів реалізованої продукції за видами промислової діяльності у 2008-2013 рр.



Рис. 1. Динаміка зміни обсягів реалізованої продукції за видами промислової діяльності у 2008-2013 (10 міс.) рр., у % до аналогічного попереднього періоду

Джерело: побудовано автором на основі статистичних даних [5]

Як показують дані рис. 1, найбільш нестабільною галуззю є переробна на відміну від харчової промисловості, в якій падіння обсягів реалізованої продукції у 2009 р. склало менше 10%, проте і найвищий приріст склав близько 5% у 2010 р. Таким чином, у сфері виробництва продуктів харчування, напоїв та тютюнових виробів спостерігається

Таблиця 2

Фінансові результати підприємств до оподаткування за видами промислової діяльності в 2008-2012 рр., млн. грн.

Види промислової діяльності	2008	2009	2010	2011	2012
Промисловість	20243,2	-4760,7	31221,1	58662,3	21353,4
Переробна промисловість	-3167,0	-8958,5	5304,9	17133,6	-1842,4
виробництво продуктів харчування, напоїв і тютюнових виробів	-5468,6	5853,6	4899,2	4772,4	10421,2
за великими підприємствами			4226,3	7418	11537,5
за середніми підприємствами			1074,4	-2159,9	-782,3
за малими підприємствами			-401,5	-485,7	-334,3
у тому числі за мікропідприємствами			-235,5	-217,8	-191,3

Джерело : складено автором на основі [5; 6, с. 86]

ся більш-менш виважена динаміка щодо обсягів реалізованої продукції, що пояснюється коливанням попиту на продукти харчування не тільки на внутрішньому, але і на зовнішньому ринках.

В контексті проведеного аналізу результатів обсягів реалізованої продукції дослідження фінансових результатів показують, що у 2008 р. тільки в промисловості в цілому отримані позитивні результати, підприємства переробної і харчової галузей промисловості закінчили рік з негативними фінансовими результатами, причому виробництво продуктів харчування, напоїв і тютюнових виробів привело до збитків в 1,7 рази більше, ніж в переробній промисловості (табл. 2).

У 2009 р. незначне зменшення обсягів реалізованої продукції дозволило підприємствам харчової промисловості отримати позитивні фінансові результати, і незважаючи на те, що починаючи з 2010 р. відбувається постійне зниження обсягів реалізованої продукції, фінансові результати мали зниження лише у 2010 і 2011 рр. порівняно з 2009 р. на 16,3% і 18,4% відповідно, а у 2012 р. фінансові результати перевищили рівень 2009 р. в 1,8 рази. Така ситуація на підприємствах харчової промисловості свідчить про впровадження методів підвищення ефективності діяльності з урахуванням вимог як внутрішніх так і зовнішніх ринків.

За підсумками I півріччя 2013 р. промислові підприємства України отримали хоча і позитивні фінансові результати, проте вони склали тільки 41,3% від підсумкових показників 2012 р., що свідчить про негативну тенденцію щодо погіршення показників діяльності підприємств в даній галузі. У свою чергу, підприємства харчової промисловості за цей період отримали позитивні фінансові результати, які складають лише третину від підсумків 2012 р., що є гіршим ніж по промисловості в цілому.

Якщо розглядати діяльність підприємств залежно від їх величини, можна дійти висновку, що у 2010-2011 рр. з'явилася стійка тенденція до зростання позитивних фінансових результатів великих підприємств: у 2011 р. порівняно з 2010 р. в 1,76 рази і у 2012 р. порівняно з 2011 р. в 1,54 рази на фоні нестабільної збиткової діяльності середніх і малих підприємств, у тому числі і мікропідприємств. Хоча у 2012 р. з'явилися тенденції щодо зменшення збитків зазначених підприємств, проте темпи зменшення є набагато меншими, аніж зростання прибутку великих підприємств харчової промисловості.

Такий стан свідчить, що в нинішніх конкурентних умовах найбільш конкурентноздатними виявляються підприємства з великими потужностями, які можуть бути більш гнучкими на ринку, а також диверсифікувати своє виробництво залежно від вимог споживачів як внутрішнього так і зо-

внішнього ринків, впроваджувати нові технології і, як результат, випускати більш конкурентоспроможну продукцію. Такий стан справ підтверджує і кількість прибуткових великих підприємств, число яких постійно зростає порівняно з підприємствами середньої і малої величини, серед яких кількість прибуткових підприємств залишається постійним.

В результаті такої фінансової діяльності чистий прибуток підприємств промисловості в цілому і переробної промисловості має тенденції до зниження, а за результатами I пів. 2013 р. підприємства переробної промисловості виявилися збитковими (табл. 3).

Таблиця 3

Чистий прибуток (збиток) великих і середніх підприємств за видами промислової діяльності за 2008-I пів. 2013 рр., млн. грн.

Види промислової діяльності	Промисловість	Переробна промисловість	Виробництво продуктів харчування, напоїв і тютюнових виробів
2008	5542,5	-10989,1	-6676,0
2009	-14192,5	-14113,9	3510,7
2010	11594,7	-3152,2	2238,8
2011	31961,6	4294,9	2303,6
2012	2023	-11858,1	7166,4
I пів. 2013 р.	3410,8	-4725,9	2536,2

Джерело: [5; 6, с. 89]

Підприємства харчової промисловості, починаючи з 2010 р. мали позитивний чистий прибуток, причому у 2012 р. його величина перевищила рівень 2011 р. в 2,7 рази. У кінці I пів. 2013 р. чистий прибуток підприємств харчової промисловості, на відміну від результатів, отриманих в переробній промисловості, хоч і позитивний, але складає тільки 35% від загального чистого прибутку, отриманого підприємствами даної галузі у 2012 р.

В результаті такої діяльності, високорентабельними підприємства харчової промисловості були у 2012 р. (6,2%), перевищивши рентабельність за попередніми роками таким чином: 2008 р. – на 4,3%; 2009 р. – на 0,8%; 2010 р. – 1,7%; 2011 р. – на 2%. Незважаючи на зниження чистого прибутку у I пів. 2013 р. в три рази, рентабельність зменшилася тільки на 0,8% порівняно з 2012 р. Це свідчить про достатньо стабільний стан підприємств харчової промисловості на даному етапі розвитку.

Загальне зростання виробництва підприємств харчової промисловості у 2008 – I пів. 2013 рр. дозволило підприємствам мати позитивну дина-

міку зростання загальної продуктивності праці: у 2012 р. приріст склав 86% порівняно з 2009 р., порівняно з 2010 і 2011 рр. даний показник зріс у 2,2 рази, а також заробітної плати штатних працівників: у 2008 р. приріст склав 32,3%; у 2009 р. – 9,8%; у 2010 р. – 20,3%; у 2011 р. – 18,9%; у 2012 р. – 13,9%; у червні 2013 р. – 11,1% порівняно з аналогічними попередніми періодами. Проте, слід зауважити, що темпи зростання цих показників випереджають темпи зменшення кількості штатних працівників: у 2008 р. внаслідок кризи, кількість штатних працівників зменшилася на 7,8% порівняно з 2007 р., у 2009 р. продовжилася тенденція і кількість штатних працівників стала менше ще на 6,5% порівняно з 2008 р., у 2010 р. – зменшення кількості штатних працівників вже склало тільки 0,6% порівняно з 2009 р.; у 2011 р. – кількість штатних працівників знов зменшилася на 4,5% порівняно з 2010 р., а у 2012 р. – тільки 0,51% порівняно з 2011 р. [7, с. 62; 8, с. 67].

Висновки і пропозиції. Таким чином, в умовах ринкової економіки виживаність будь-якого під-

приємства, його стійке положення на ринку визначається рівнем його конкурентоспроможності. Дослідження сучасного стану підприємств показали, що навіть при таких темпах реалізації обсягів продукції, що поволі знижуються, підприємства харчової промисловості є прибутковими, рентабельними і мають стійку позитивну динаміку зростання продуктивності праці та заробітної плати штатних працівників при незначному зменшенні зайнятості, що сприяє розширенню бази оподаткування, яке вносить свій позитивний вклад до державного бюджету України. Така ситуація свідчить про те, що на даних підприємствах відбувається освоєння нових ринків збуту, які з'явилися після приєднання України до СОТ. Проте, без структурної адаптації до пріоритетів світової економіки, формування з цією метою адекватної інноваційної та інвестиційної стратегії підприємства харчової промисловості не зможуть повною мірою використати переваги СОТ, і, як наслідок, не зможуть отримати максимальний ефект для досягнення найвищих фінансових результатів у своїй діяльності.

Список літератури:

1. Данилишин Б. Навіщо Україні СОТ, або що змінилося за 5 років [Електронний ресурс] / Б. Данилишин // Україна і Світова організація торгівлі. – Режим доступу : сайт http://wto.in.ua/index.php?get=55#pager_17766.
2. Авдюченко А.С. Визначення результативності діяльності підприємств: роль та підходи / А.С. Авдюченко // Держава та регіони. – 2010. – №2. – С. 10-17.
3. Організація виробництва на підприємствах харчової промисловості : Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. Т.Л. Мостенська. – К. : Кондор, 2012. – 723 с.
4. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О.І. Драган. – К.: ДАКККІМ, 2006. – 160 с.
5. Державна служба статистики України : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : сайт www.ukrstat.gov.ua.
6. Промисловість України у 2007-2010 роках : стат. збірник / За ред. Л.М. Овденко, Відп. за вип. І.С. Петренко. – К. : Державна служба статистики України, 2011. – 307 с.
7. Праця України у 2012 році : статистичний збірник / Відп. за вип. І. В Се-ник. – К. : Державна служба статистики, 2013. – 321 с.
8. Праця України у 2009 році : статистичний збірник / Відп. за вип. І. В Се-ник. – К. : Державна комітет статистики, 2010. – 341 с.

Лысенко Е. А.

Национальный университет пищевых технологий

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СВЕТЕ ПРИСОЕДИНЕНИЯ УКРАИНЫ К ВТО

Резюме

Проведен статистический анализ результатов деятельности предприятий пищевой промышленности за 2008-2013 гг. Исследована динамика изменения результатов финансовой деятельности предприятий пищевой промышленности в зависимости от их величины. Выявлены тенденции относительно изменения финансового состояния предприятий пищевой промышленности в контексте вступления Украины в ВТО. **Ключевые слова:** предприятие, пищевая промышленность, финансовые результаты, ВТО, рентабельность, производительность труда.

Lysenko O. A.

National University of Food Technologies

THE ANALYSIS OF RESULTS OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISES OF THE FOOD INDUSTRY IN THE LIGHT OF JOINING OF UKRAINE TO THE WTO

Summary

The statistical analysis of results of activity of the enterprises of the food industry for 2008-2013 is carried out. Dynamics of change of results of financial activity of enterprises of the food industry depending on their size is investigated. Tendencies concerning change of a financial condition of enterprises of the food industry are found in a context of the entry of Ukraine in the WTO.

Key words: enterprise, food industry, financial results, WTO, profitability, labor productivity.

УДК 336.763.2

Ліхновський П. М.

Тернопільський національний економічний університет

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Встановлено, що вітчизняна хлібопекарська галузь має дуже низький рівень інвестиційної привабливості. Розкрито основні фактори, що знижують привабливість для інвестування, а саме: зростання вартості сировини, матеріалів та енергоносіїв; політика держави із недопущення зростання цін на основну продукцію; випереджувальне зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб; зменшення чисельності та доходів населення. Визначено, що конкурентною перевагою галузі є найбільший ринок збуту – населення країни.

Ключові слова: аналіз, інвестиційна привабливість, хлібопекарська галузь, конкуренція, ринок збуту.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність, рентабельність та подальший ефективний розвиток суб'єкта господарювання залежить від специфіки галузі, в якій він здійснює свою діяльність. Особливості розвитку хлібопекарської галузі кожної країни значною мірою залежить з одного боку від природної потреби населення у споживанні відповідної продукції, з іншого від існуючих умов господарювання. З метою об'єктивної оцінки привабливості галузі в цілому, визначення факторів впливу на доходність від вкладень у конкретне підприємство та ризики, що виникають, необхідно проаналізувати як внутрішні так і зовнішні чинники. Зважаючи на значення харчової промисловості в соціально-економічному розвитку держави, важливим та актуальним завданням стає своєчасне виявлення проблем у функціонуванні галузі та визначення шляхів їх вирішення з метою забезпечення її подальшого ефективного розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні засади галузевого аналізу заклали у своїй праці М. Портер [1]. Над проблематикою аналізу галузі в контексті аналізу цінних паперів працювали З. Боди, А. Кейн та А. Маркус [2]. У публікації О. Шереметинської увага акцентується на особливостях розвитку хлібопекарської галузі в Україні [3]. У дослідженні Н. Скопенко розглянуті питання інноваційного розвитку хлібопекарської галузі України [4]. О. Павлів вивчав питання забезпечення ефективної співпраці державних і підприємницьких структур у вітчизняній хлібопекарській галузі [5]. Однак, здійснений автором аналіз праць вказує на недостатній рівень досліджень, що стосуються сучасного стану вітчизняної хлібопекарської галузі з позиції інвестиційної привабливості. З огляду на це, виникає необхідність у проведенні аналізу інвестиційної привабливості вітчизняної хлібопекарської галузі для прийняття ефективних інвестиційних рішень.

Мета і завдання дослідження. Головною метою цієї публікації є аналіз сучасного стану розвитку вітчизняної хлібопекарської галузі харчової промисловості, визначення ключових груп факторів впливу та оцінка рівня її інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу. Галузевий аналіз залежить від володіння інформаційною базою. Різноманітна детальна інформація на початку галузевого аналізу може відвертати увагу від загальної. Насамперед необхідно здійснити загальне вивчення галузі та критично оцінити дані, а тоді розглядати конкретні джерела. Повний перелік питань, до яких необхідно звернутися під час галузевого аналізу, зазвичай залежить від її специфіки, що дає змогу сконцентруватися на найважливішій інформації для дослідження.

Метою галузевого аналізу, як стверджує М. Портер, є визначення основних структурних особливостей галузі, важливих чинників їх змін та стратегічної інформації про конкурентів [1, с. 366]. Проте, характеристики структури та конкурентів в цілому є результатом аналізу початкових даних. Тому важливим є послідовність розгляду даних для аналізу. Отже, тоді значною перевагою галузевого аналізу є загальний огляд галузі. Розуміння специфіки галузі дасть можливість аналітикові визначити важливі сторони даних під час аналізу джерел та систематизувати зібрані дані.

Для початку аналізу необхідно визначитись та скласти перелік провідних учасників галузі, річні фінансові звіти яких стануть джерелом аналізу. Перелік основних конкурентів допоможе швидко знайти інші важливі пункти для аналізу та іншу інформацію про емітента акцій. Наступний етап – розгляд п'яти факторів галузевої конкуренції:

1. Загроза появи в галузі нових конкурентів.
2. Конкуренція серед конкурентів, які вже існують.
3. Ціновий тиск з боку товарів-замінників.
4. Ринковий тиск з боку постачальників.
5. Ринковий тиск з боку покупців [2, с. 599].

Отже, визначившись з алгоритмом здійснення аналізу галузі, проведемо аналіз вітчизняної хлібопекарської галузі. Для дослідження обрано три великих підприємства з різних регіонів України, які є найбільшими виробниками, володіють багатьма активами, а їхні цінні папери обертаються на організованому фондовому ринку: ПАТ «Концерн Хлібпром», ПАТ «Коровай», ПАТ «Кримхліб».

Хліб та хлібобулочна продукція є одним з основних і масових продуктів харчування, що споживається всіма категоріями населення незалежно від місця проживання, статі, соціального статусу, рівня доходів. Особлива роль хлібу у раціоні харчування людини, його соціальна значущість накладають свій відбиток на функціонування ринку хлібобулочних виробів як складової вітчизняної економіки. У споживчому кошику середньостатистичного українця хлібобулочна продукція займає одну з основних позицій, що становить в середньому 8,81% від загальних витрат на харчування, дана продукція займає четверте місце після молочних продуктів, м'яса та м'ясопродуктів та виробництва олії та тваринних жирів, що свідчить про те що обсяги споживання даної продукції достатньо високі, а отже попит стабільний [3, с. 2].

Отже, продукцією цієї галузі є виробництво хліба та хлібобулочних виробів, сухарів, печива, пирогів та тістечок (з тривалим терміном зберігання), борошно, кондитерські вироби.

Специфіка хлібопекарського ринку полягає в тому, що він на 99% представлений продукцією

вітчизняного виробництва. Національна хлібопекарська галузь працює в режимі натурального господарства: виробництво дорівнює споживанню.

Протягом останнього десятиріччя у хлібопекарській галузі спостерігається спад обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів (рис. 1).

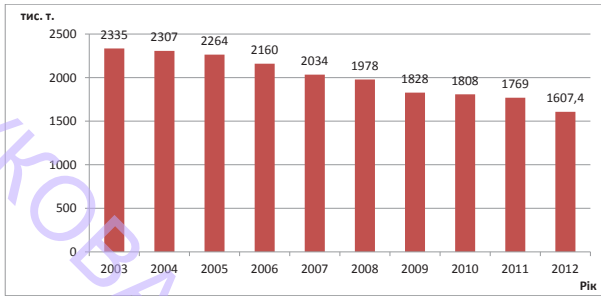


Рис. 1. Виробництво хлібобулочних виробів в Україні у 2003-2012 роках.

Джерело: складено автором за [6; 7].

Цю тенденцію можна пояснити зменшенням споживання хліба внаслідок скорочення населення країни більше, ніж на 6 млн. осіб за останні 20 років, економічним використанням хліба та значним збільшенням випікання хліба невеликими пекарнями та сільським населенням самотужки, реальні обсяги якого не враховані статистичними даними.

Шереметинська О. В у своєму дослідженні відзначає, що стосовно причин тенденції до зниження обсягів споживання, то існують різні думки, однак основними чинниками можна відзначити наступні:

- адміністративне регулювання й стримування цін на хліб, що виробляється промисловими хлібозаводами;
- відсутність державної підтримки промислових виробників хліба;
- конкурентні переваги виробників хліба, що оподатковуються за спрощеною системою;
- зміна смаків споживачів;
- зменшення кількості населення;
- імпорт заморожених хлібних напівфабрикатів;
- вихід частини хлібобулочного ринку в «тінь» що позначається на його якості та цінній політиці (за різними оцінками, приблизно 40-60%) [3, с. 3].

Через значне скорочення обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів виникло декілька взаємопов'язаних проблем: низький рівень використання потужностей пекарень зумовлює нераціональне використання технологічного обладнання, що збільшує витрати палива. В результаті спостерігаємо негативний вплив на економічні показники, зокрема на рентабельність виробництва.

Фінансовий стан підприємств галузі погіршився через адміністративне стримування рівня цін на хліб та хлібобулочні вироби під час одночасного зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси. Вартість борошна у собівартості хліба складає більше 70%, а з його подорожчанням неминує зростає собівартість виробництва хліба. Намагаючись підвищити рентабельність виробництва, виробники розширюють асортимент продукції завдяки борошняним кондитерським виробам. За останні роки багато заводів встановили пекарні малої потужності, що дало їм змогу швидко змінювати асортимент виробів відповідно до попиту споживача.

Особливість ринку – порівняно легкий вхід нових виробників. Технологія виробництва пшенич-

них сортів (особливо формових хлібів) не складна, і багато нових виробників можуть досягнути прийняттого рівня якості.

Ринок хлібних напівфабрикатів є стратегічним для розвитку компаній. Перспективний напрямок розширення асортименту хлібопродуктів – це виробництво хліба спеціальних лікувально-дієтичних сортів. З цією метою виробники освоїли виробництво нових сортів хліба із житнього борошна з харчовими добавками: вівсяних пластівців, соєвого борошна, плющеної гречки тощо, а також виробів з радіопротекторними властивостями (булочки з добавками з морських водоростей – еламіну, йодованої солі). Проте розвиток виробництва лікувально-дієтичних сортів хліба стримується через низьку купівельну спроможність значної частини населення. Саме з цієї причини останніми роками збільшився попит на доступний за ціною хліб з борошна нижчих сортів. На ці «соціальні» види хліба припадає до 65% попиту населення. Сегмент кондитерських виробів порівняно з попередніми роками значно збільшився. Основною причиною є доступна ціна при високій якості та натуральності продукції.

Ринок хлібних напівфабрикатів на початковому етапі. Значними частками ринку в Україні володіють: «Форнетті Україна» – 24%, «Колос ЛТД» – 19%, ПАТ «Концерн Хлібпром» – 12%, ПАТ «Київхліб» – 11%, «ТіС» – 8%. Проте кожен із виробників є монополістом у значній частині своїх локальних ринків виробництва та реалізації напівфабрикатів [9-11].

Структура галузі склалася так, що в основному хлібобулочні підприємства обслуговують підприємства зони своєї локалізації.

Всіх конкурентів можна розділити на три групи: великі, середні й дрібні. До великих належать підприємства, обсяг випуску яких становить 23 – 4 т/добу хлібобулочних виробів. До середніх належать пекарні, що виробляють 3 – 1 т/добу, інші пекарні є дрібними, що виробляють до 1 т/добу хлібобулочних виробів.

Наприклад, хлібобулочну продукцію ПАТ «Концерн Хлібпром» реалізують у Вінницькій, Львівській, Рівненській, Івано-Франківській та Черкаській областях, і тому концерн займає більше 8% національного ринку хліба та хлібобулочних виробів і входить у трійку національних виробників хліба. Крім цього, концерн займає міцні позиції в регіонах. У Вінницькій області ПАТ «Концерн Хлібпром» забезпечує своєю продукцією близько 90% населення Вінниці та понад 60% населення області [9].

Ринок хліба в Україні достатньо структурований. Наприклад, такі потужні виробники хліба, як «Київхліб» (14,5% ринку хліба в країні) і «Донбасхліб» (10,5% ринку хліба в країні) діють виключно в межах міст з великим населенням. Основними конкурентами ПАТ «Концерн Хлібпром» є «ТіС» (6,2%), «Укрзернопро» (5,7%), «Хлібні інвестиції» (4,8%). З конкурентів у Вінницькому регіоні відомими є Хмельницькі виробники – «Хмельницький комбінат хлібопродуктів» та «Мамин хліб». Потужними виробниками є ПрАТ «Агробізнес», який проводить активну політику освоєння дрібних точок м. Вінниці, Крижопільському та Тульчинському районах Вінницької області. До дрібних виробників належить ПАТ «Жмеринський хлібозавод», ПАТ «Тульчинський хлібозавод», ПАТ «Ладжинхліб», приватні пекарні «Подільський хліб» та «Онур» (м. Вінниця) [9].

ПАТ «Концерн Хлібпром» планує продовжувати експансію на український ринок виробництва хліба та хлібобулочних виробів. Зокрема є сподівання розширити діяльність на ринку західних та центральних областей України. З цією метою компанія проводить переговори щодо придбання корпоративних прав, цілісних майнових комплексів, хлібопекарських підприємств тощо. Концерн планує направити на придбання нових цілісних майнових комплексів найближчих 7 років близько 130 млн. дол. США.

Борошно є основним видом сировини для компанії галузі. Тому низький врожай зернових може спричинити значне зростання цін на борошно та періодичний дефіцит окремих ґатунків борошна на ринку. Українські виробники закупають борошно в інших областях України, а життє борошно у білоруських виробників для стабільного забезпечення сировиною виробництва. Серед іншої сировини значущими є дріжджі, цукор, масло рослинне та маргарин. Всі види цієї сировини є на ринку у значній кількості постачальників.

Оскільки хліб та хлібобулочні вироби є щоденними продуктами харчування, тому набагато менше піддаються сезонним коливанням попиту. Проте сезонні коливання попиту все-таки простежуються. У холодну пору року (осінь – зима та березень) обсяг реалізації хлібобулочних виробів стабільно зростає, бо в раціоні населення більше бутербродів, чай, з яким споживають сухарно-буличну продукцію тривалого строку зберігання. Цей сезон триває з вересня до середини березня. Через деякі причини, такі як Великий піст, «теплий сезон», коли збільшується життєва активність населення (заняття спортом, перехід на фрукти, овочі тощо) більшою мірою коливається попит на здобні й кондитерські вироби, а також на деякі види хліба, які містять жири тваринного походження. За статевовіковою ознакою це 35%

жіночого населення, 15% чоловічого у віці від 18 до 60 років. Однак та частина населення, на яку не впливають вищевказані чинники, продовжує стабільно споживати хліб, тому що при збільшенні життєвої активності населення організм людини вимагає поповнення витраченої енергії, яку відшкодовує хліб та інші продукти харчування. Це 35% жіночого населення, 70% чоловічого населення у віці від 18 до 75 років, а також діти до 18 років [9-11].

Основними клієнтами в роздрібній торгівлі виробників хліба та хлібобулочних виробів є: супермаркети (торговельні мережі); фірмова торгівля (власні магазини, кіоски); приватні підприємці (кіоски, павільйони, продуктові магазини); ринки. Стосовно оптового продажу (переважно продукції тривалого строку зберігання), основними партнерами компаній є приватні підприємці, великі торговельні мережі, оптові бази тощо.

Компанії хлібопекарської галузі прагнуть гнучко реагувати на зміни ринкового попиту, щоб утримати існуючі позиції та освоїти нові ринки збуту. Під час організації продажів використовують нульовий канал збуту: реалізація продукції через фірмову торговельну мережу виробника (від виробника до споживача). Також використовують первинні та вторинні канали збуту (виробник – торговельна компанія – споживач). Багато компаній проводять заходи щодо організації дистрибуторської мережі на території України. Підприємства використовують метод активних продажів: робота торговельних представників, мерчендайзерів, проведення рекламних заходів, що збільшує прихильність споживачів, а також метод пасивних продажів (партнери відповідають за рекламу та просування продукції).

Обсяги споживання на сегментах хлібів постійно зростають, що зумовлено демографічною ситуацією в країні. Також відбулася зміна спожив-

Таблиця 1

Основні фактори впливу на інвестиційну привабливість хлібопекарської галузі України

Група факторів	Опис проблем	Ступінь впливу
Політичні	1. Постійний контроль з боку органів державної влади за рівнем цін на хліб. 2. Встановлення граничного рівня рентабельності на хліб масового споживання. 3. Ризики зміни або невиконання чинного законодавства.	Значний
Фінансово-економічні	1. Зростання цін на сировину та паливо. 2. Рівень платоспроможності та поточні доходи населення. 3. Нерівномірність доходів населення. 4. Можливі зміни сезонної структури споживання хлібобулочної продукції. 5. Циклічні зміни в економіці, падіння попиту. 6. Зміни в оподаткуванні.	Значний
Виробничо-технологічні	11. Більша частина основних виробничих фондів підприємств хлібопекарської галузі технологічно та фізично зношене. Оскільки вітчизняні харчові продукти конкурують з імпортними, які відповідають міжнародним стандартам якості, підприємствам необхідні великі інвестиції для оновлення та заміни обладнання, що відповідає світовим стандартам. 2. Низька якість борошна, яка не відповідає вимогам хлібопекарського виробництва. 3. Природа основної продукції. Свіжий хліб є продуктом, який не підходить для транспортування на довгі відстані. Тому кожне велике підприємство володіє значною часткою (20 – 80%) лише кожного відокремленого регіонального ринку збуту. 4. Значною мірою впливає врожай зернових культур кожного року по Україні. 5. Невисокий рівень наукових розробок в Україні.	Середній
Соціально-демографічні	1. Скорочення чисельності населення. 2. Зміни у віковій структурі суспільства, збільшення чисельності людей похилого віку. 3. Міграційні процеси.	Значний
Екологічні	Несприятливі екологічні умови середовища, що змушують підприємства звертати велику увагу на виробництво продукції зі спеціальними добавками (наприклад, добавка йоду), на виробництво екологічно чистої упаковки, на спеціальні методи обробки борошна, виробленого в екологічно несприятливих регіонах.	Незначний
Споживчі властивості продукції	1. Хліб – продукт щоденного харчування, тому споживчий попит стабільний. 2. Кондитерські вироби, дорогі здобні вироби, хліб та хлібобулочні вироби із спеціальними добавками дозволяють диверсифікувати асортимент та утримувати рівень реалізації у різні сезони.	Значний

Джерело: складено автором за [8-11].

чих переваг – люди стали споживати менше хліба. За таких умов компанії збільшили обсяг виробництва продукції преміум-класу та оздоровлювальної серії, збагаченої насінням, горіхами, родзинками, салом, обліпиховою олією, йодом.

На основі проведеного автором аналізу фінансової звітності виробників хлібопекарської галузі в табл. 1 наведено основні фактори впливу на її інвестиційну привабливість.

Висновки і пропозиції. На основі даних табл. 1 з'ясовано, що вітчизняна хлібопекарська галузь має дуже низький рівень інвестиційної привабливості. Ключовими чинниками, що знижують привабливість для інвестування, є: зростання вартос-

ті сировини, матеріалів та енергоносіїв; політика держави із недопущення зростання цін на основну продукцію; випереджувальне зростання цін на борошно та паливно-енергетичні ресурси при адміністративному стримуванні цін на хліб; зменшення чисельності та доходів населення.

Інвестиційною перевагою галузі є найбільший ринок збуту – населення країни.

Перспективним напрямком дослідження є детальний аналіз кожної з груп факторів впливу на інвестиційну привабливість вітчизняної хлібопекарської галузі та розробка рекомендацій для проведення реформ та ефективної політики держави у цій галузі.

Список літератури:

1. Портер М. Стратегія конкуренції / Майкл Е. Портер. [Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
2. Боди З. Принципи інвестицій / Зви Боди, Алекс Кейн, Алан Маркус; 4-е издание : Пер с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. – 984 с.: ил.
3. Шереметинська О. В. Особливості розвитку хлібопекарської галузі в Україні / О. В. Шереметинська [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://bsfa.edu.ua/files/konf_november/sheremetunska.pdf.
4. Скопенко Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики / Н. С. Скопенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18779/1/15-66-71.pdf>.
5. Павлів О. Б. Аналіз стану хлібопекарської галузі України та забезпечення ефективної співпраці державних і підприємницьких структур / О. Б. Павлів [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/310>.
6. Виробництво основних видів промислової продукції за 2003-2011 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Виробництво основних видів промислової продукції по місяцях 2012 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
8. В Україні стрімко зростає кількість збиткових підприємств хлібопекарської галузі [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/business/economics/1328981-v-ukrayini-strimko-zrostaе-kilkist-zbitkovich-pidpriemstv-hlibopekarskoyi-galuzi>.
9. Річні звіти за 2008 – 2012 рік ПАТ «Концерн Хлібпром» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/emitent/report/year/show/104493>.
10. Річні звіти за 2008 – 2012 роки ПАТ «Коровай» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/participant/00381350>.
11. Річні звіти за 2008 – 2012 роки ПАТ «Кримхліб» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/participant/00381580>.

Лихновский П. М.

Тернопольский национальный экономический университет

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ХЛЕБОПЕКАРСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Резюме

Установлено, что отечественная хлебопекарная отрасль имеет очень низкий уровень инвестиционной привлекательности. Раскрыты основные факторы, снижающие привлекательность для инвестирования, а именно: рост стоимости сырья, материалов и энергоносителей; политика государства по недопущению роста цен на основную продукцию; опережающее рост цен на муку и топливно-энергетические ресурсы при административном сдерживании цен на хлеб, уменьшение численности и доходов населения. Определено, что конкурентным преимуществом отрасли является крупнейший рынок сбыта – население страны.

Ключевые слова: анализ, инвестиционная привлекательность, хлебопекарная отрасль, конкуренция, рынок сбыта.

Lihnovsky P. M.

Ternopil National Economic University

INVESTMENT ANALYSIS BAKING INDUSTRY UKRAINE

Summary

Established, that the domestic baking industry has a very low investment attractiveness. The basic factors that reduce the attractiveness for investment, namely the rising cost of raw materials and energy, government policy to curb rising prices of basic products; proactive rising prices for flour and fuel and energy resources in curbing administrative bread prices, reducing the number of and incomes. Determined, that the competitive advantage of the industry is the largest market – the country's population.

Key words: analysis, investment attractiveness, bakery industry, competition, market.

УДК 659.1:336.145:637.1

Луфєренко Л. Ю.

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ БЮДЖЕТУ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто категоріальний апарат проблеми дослідження. Визначено критерії здійснення рекламної кампанії молокопереробними підприємствами та окреслено ключові складові забезпечення її ефективності. Досліджено особливості оптимізації структури бюджету рекламних кампаній молокопереробних підприємств.

Ключові слова: оптимізація, бюджет, рекламна кампанія, рекламна стратегія.

Постановка проблеми. В умовах постійного підвищення конкуренції та недостатності фінансових ресурсів постає завдання оптимального використання наявних на підприємстві коштів з метою максимізації корисного ефекту. Тому пошук оптимального варіанту розподілу фінансових ресурсів на рекламну кампанію в умовах гострої нестачі достовірної маркетингової інформації щодо ефективності маркетингових заходів не втрачає своєї актуальності. Вирішення проблеми оптимізації структури рекламного бюджету сприятиме ефективному стимулюванню збуту власної продукції, раціональному використанню ресурсів, досягненню високих фінансових результатів та забезпечуватиме певною мірою формування позитивного іміджу підприємства.

Теоретико-методологічні засади обґрунтування та реалізації оптимізації рекламних кампаній є предметом дослідження західних науковців, зокрема, П. Фалда, Н. Юдіна, Д. Яффе, І. Ансоффа [1, с. 416], Д. Дзє [2, с. 640]. Різноманітні аспекти методичного забезпечення рекламної діяльності підприємств отримали розвиток у роботах вітчизняних маркетингологів, у т. ч. М. Пазухи, Т. Примака, Є. Ромата. Водночас попри велику кількість та різноплановість досліджень недостатньо вивченими залишаються теоретико-методологічні та методичні аспекти імплементації комунікаційної стратегії на засадах оптимізації бюджету рекламних кампаній молокопереробних підприємств. Це і зумовило необхідність проведення даного дослідження.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Для рекламування продукції можуть використовуватися різні засоби поширення реклами, починаючи від реклами в друкованих засобах масової інформації й зовнішньої реклами та закінчуючи рекламою на телебаченні і мережі Internet. Постановка задачі моделювання бюджету на рекламу може бути різною. Вирішення задачі на максимум передбачає розподіл обмежених фінансових ресурсів між різними каналами поширення інформації про продукцію з метою забезпечення найбільшого ефекту (максимуму прибутку, що надходить "від реклами" чи максимізацію частки населення, охопленого рекламою). Задача на мінімум передбачає мінімізацію фінансових ресурсів за умови досягнення запланованого результату у вигляді певної маси прибутку чи частки поінформованого населення.

У будь-якому випадку, яка б не була обрана постановка задачі, **основна мета** моделювання витрат на рекламу зводиться до такого: досягнення максимальної ефективності рекламної кампанії, за рахунок прорахованого рекламного бюджету.

Виклад основного матеріалу. Планування рекламного бюджету підприємства залишається до-

волі складним завданням відділу маркетингу. При вирішенні проблеми оптимізації рекламного бюджету виникає дві доволі складні проблеми: облік та рестрація необхідної інформації і власне оптимізація рекламного бюджету.

Оскільки критерієм ефективності діяльності підприємства є прибуток, то і під ефективністю реклами слід розуміти зміну прибутку під впливом реклами. Проте прогнозувати зміну прибутку під впливом реклами можна лише в тому випадку, коли відомі кількісні взаємозв'язки між прибутком підприємства і всіма основними величинами, від яких він залежить, в тому числі і від параметрів, що визначають інтенсивність передачі інформації про товар і її вплив на споживача [3].

Складність вирішення даної задачі полягає в тому, що у рівнянні прибутку, яке використовується для вирішення економічних задач, ці зв'язки виражені в такій формі, що більшість параметрів інформаційного процесу присутні в ньому в неявному вигляді. Через це безпосередньо ніяких висновків про ступінь впливу таких процесів на прибуток не можна зробити. Наприклад, відомо, що вплив таких параметрів рекламного процесу, як кількість сповіщених потенційних покупців товару, кількість рекламних впливів і тощо відбивається на зміні доходів підприємства, незважаючи на те, що вони не присутні в даному рівнянні у явній формі [3].

Зрозуміло, що з однієї сторони, для вирішення зазначеної проблеми необхідно створити економіко-математичну систему, здатну враховувати параметри інформаційних процесів при обчисленні прибутку підприємства, а з іншої, – використання інших параметрів інформаційного процесу вимагає організації ефективності системи обліку.

Нині методологічні прогалини не забезпечують явного включення всіх параметрів інформаційного процесу до рівняння знаходження прибутку, а проблематичність збору необхідної інформації про кількість корисних контактів споживачів під впливом реклами робить вирішення такої задачі практично неможливою.

Найбільш складним у цьому процесі вбачається облік статистичних даних, які відображають конкретні покупки, здійснені споживачами на основі рекламної інформації підприємства. Саме така інформація є необхідною для визначення ефективності рекламних заходів і відповідно прибутку від реклами. Викривлення зібраної інформації такого роду зумовлюється недосконалістю методів її обліку, а також часто через несумлінність персоналу, який займається збором первинних даних, небажанням покупців надавати необхідну інформацію чи технічними обмеженнями.

Збір необхідної інформації є важливим завданням з огляду на те, що вона наповнює задачу еко-

номічним змістом. Чим більше наближена зібрана інформація до свого істинного значення, тим більш обґрунтовані прийматимуться управлінські рішення. Крім того, в залежності від характеру, змісту та повноти наявної інформації можна створити більш досконалу модель функціонування системи і отримати значно більше відповідей щодо раціональності її функціонування.

Проте все ж оцінити вплив реклами на збут продукції та вирішити задачу оптимізації рекламного бюджету представляється можливим на основі використання комунікативної функції реклами, яка пов'язана із передачею споживачеві необхідної інформації про товар чи послугу з метою формування у нього стійкого відчуття потреби і бажання її задоволення. Тому вибір в якості критерію оптимальності максимізації комунікативної складової реклами робить задачу моделювання рекламного бюджету цілком реальним завданням, адже подія обміну товару на гроші настає тільки після того, як споживача проінформовано про корисні властивості товару і у нього виникає бажання придбати його. Звідси можна зробити висновок, що чим більше споживачів буде охоплено адекватною рекламою, тим більша частина ринку виявить бажання придбати рекламований товар.

Зібрати інформацію про охоплення споживачів рекламою із технічної точки зору нині не викликає особливих ускладнень. Та враховуючи те, що частина населення, охопленого рекламою, обов'язково придбає рекламований товар, цільову функцію оптимізаційної задачі можна сформулювати таким чином: виходячи із визначеного бюджету витрат на рекламу, визначити таке поєднання каналів передачі інформації про продукцію підприємства, за якого охоплення потенційних споживачів (загальне число контактів з рекламними зверненнями) буде максимально можливим. В медіасередовищі даний показник має назву GRP (Gross Rating Point) – сума рейтингів всіх виходів рекламних повідомлень у рамках деякої рекламної кампанії. Така постановка економіко-математичної задачі оптимізує комунікаційну складову реклами, тобто сумарний рейтинг всіх видів рекламних повідомлень. Постановка задачі у такому ракурсі, на нашу думку, забезпечує релевантність моделі і підтверджує її практичне значення.

Оскільки підприємство, як суб'єкт ринкових відносин обмежене у своїх можливостях щодо фінансування рекламних заходів, а використовувани канали, в свою чергу, обмежені ефірним часом, тиражами і кількістю видань, вирішення даної проблеми повністю вкладається у постановку задачі лінійного програмування, що вирішується симплекс-методом.

Отже, для побудови економіко-математичної

моделі задачі необхідно оцінити параметр a_{ij} – середній рейтинг рекламного повідомлення (усереднене значення контакту потенційних споживачів з i -м видом рекламного повідомлення в j -й період). Таку інформацію можна отримати використовуючи звітні матеріали та дослідження компанії Gfk Ukraine.

Побудовано розгорнуту економіко-математичну модель оптимізації структури рекламного бюджету. Використовуючи дані ПАТ «Житомирський маслозавод», звітні матеріали компанії Gfk Ukraine, а також спеціальну літературу, побудуємо економіко-математичну модель і матрицю задачі для визначення оптимальної структури рекламного бюджету.

Постановка економічної задачі: виходячи із виділеного бюджету на рекламу ПАТ «Житомирський маслозавод», необхідно визначити таку структуру та канали поширення реклами, які б дали можливість забезпечити максимальне охоплення цільового ринку (максимальне загальне число контактів споживачів з рекламними зверненнями) і на цій основі забезпечити збільшення прибутку підприємства. Критерієм оптимальності задачі встановлений мінімум витрат на рекламу досліджуваного підприємства ПАТ «Житомирський маслозавод». Умови виконання задачі наведено в табл. 3.5.

Для рекламування своєї продукції у підприємства є можливість використовувати такі рекламні канали: телебачення, транспорт, білборди, радіо, пресу, інтернет-рекламу. Обраний журнал виходить 1 раз на місяць; мінімальний термін розміщення банера на інтернет-сайті – 1 тиждень; в радіо-ефірі рекламні блоки виходять два рази на годину; на телебаченні передбачено вихід ролика не більше 2 разів на день; заплановано використання площ не більше 125 білбордів, та 75 бортів міських транспортних засобів.

Обсяг фінансових ресурсів, які планується витратити на рекламування продукції, становить 1978,5 тис. грн.

На основі отриманих даних необхідно:

1. Максимізувати частку населення, охопленого рекламою;
2. Визначити оптимальну кількість випусків за кожним медіа-каналом;
3. Визначити затрати за кожним рекламним каналом.

Розгорнута економіко-математична модель оптимізації рекламного бюджету передбачає такі складові:

1. Вибір змінних. Згідно з умовами задачі змінні величини – можлива кількість виходів реклами на певних каналах поширення інформації. Також невідома величина – загальна сума грошово-мате-

Таблиця 3.5

Вихідні дані для побудови економіко-математичної моделі оптимізації структури рекламного бюджету ПАТ "Житомирський маслозавод" на 2011 р

Канал поширення інформації про продукцію	Вартість виходу одного рекламного повідомлення, грн.				Aug (середній рейтинг рекламного повідомлення), %			
	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
Телебачення (Новий канал)	5555,7	3798,9	3413,1	6402,6	1,295	0,805	0,823	1,148
Транспорт (тролейбуси)	6359,0	6359,0	6359,0	6359,0	0,7	0,8	0,8	0,7
Білборди	3040	3040	3040	3040	0,06	0,07	0,06	0,06
Радіо ефір (Наше радіо)	1301,4	1301,4	1301,4	1301,4	0,14	0,23	0,20	0,15
Преса (Вкусно и просто)	7700	7700	7700	7700	1,12	1,12	1,12	1,12
Інтернет реклама (www.uaportal.com.ua)	10000	10000	10000	10000	0,34	0,30	0,21	0,31

Джерело: власні дослідження.

ріальних витрат. До розв'язку задачі ця величина не може бути відомою через те, що вона є витратами на послуги, обсяг яких потрібно визначити [4, с. 43-44].

Критерій оптимальності задачі – цільова функція, що передбачає максимізацію частки населення, охопленого рекламою:

Кількість виходів рекламних повідомлень повинна бути більше або дорівнювати нулю і не перевищувати максимально можливого випуску (наприклад періодичності друку журналів, максимально можливої кількості рекламних блоків протягом ефірного часу тощо). Задача вирішується симплекс-методом за допомогою табличного процесору Excel. Оптимізація цільової функції за існуючих обмежень забезпечує отримання найкращого плану фінансування рекламної кампанії (табл. 3.6).

Знайдений оптимальний план з точки зору обумовлених у задачі обмежень забезпечить досягнення рейтингу всіх виходів рекламних повідомлень в рамках даної рекламної кампанії в сумі 202,4 GRP та відповідно максимізує прибуток досліджуваного підприємства.

Можлива й інша структура каналів поширення реклами, проте в такому разі варто пам'ятати, що будь-яке внесення змін до існуючої структури послуг призведе до погіршення плану, і він ставатиме вже неоптимальним з точки зору математики, але компромісним з точки зору практики, тобто відбуватиметься зменшення цільової функції, а саме – охоплення аудиторії. Тому керівництво підприємства завжди має альтернативу при виборі того чи іншого плану (табл. 3.7).

Висновки. Впровадження економіко-математичного моделювання у процес планування витрат на рекламну кампанію дозволяє привести матеріальні та фінансові ресурси підприємства у відповідність до вимог зовнішнього оточення. Водночас для кількісного моделювання виробничих процесів без урахування чинників невизначеності, недостатньо уявленя, що базуються на регресійній залежності, економіко-математичній статистиці, економетрії та теорії множин. Це пов'язано з тим, що на практиці неможливо дати узагальнений, логічно витриманий, ідеальний закон, якому підпорядковуються усі взаємодії підприємства та ринку.

Таблиця 3.6

Результати оптимізації рекламної кампанії за різними каналами поширення рекламних повідомлень на 2011-2013 роки, кількість виходів рекламних повідомлень

Канал поширення інформації про продукцію	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
2011 р.				
Телебачення (Новий канал)	–	50	60	–
Транспорт (тролейбуси)	–	75	3	–
Білборди	70	125	–	–
Радіо ефір (Наше радіо)	–	76	–	–
Друковані видання	3	3	3	3
Інтернет реклама (www.uaportal.com.ua)	12	–	–	8
2012 р.				
Телебачення (Новий канал)	–	104	60	–
Транспорт (тролейбуси)	–	75	19	–
Білборди	125	125	46	–
Радіо ефір (Наше радіо)	–	150	81	–
Друковані видання	3	3	3	3
Інтернет реклама (www.uaportal.com.ua)	12	6	–	12
2013 р.				
Телебачення (Новий канал)	–	180	60	–
Транспорт (тролейбуси)	–	75	67	–
Білборди	125	125	125	69
Радіо ефір (Наше радіо)	46	150	150	–
Друковані видання	3	3	3	3
Інтернет реклама (www.uaportal.com.ua)	12	12	9	12

Джерело: власні дослідження.

Таким чином розробка рекламної кампанії повинна мати риси цілісного логічного процесу, відправною точкою якого є аналіз ринкової ситуації, детально розроблена і вірно проведена вона дозволить позиціонувати на ринку ряд нових торгових марок, а обґрунтований бренд-маркетинг протягом середньострокового періоду принесе відчутний прибуток

Таблиця 3.7

Результати оптимізації фінансування за різними каналами поширення рекламних повідомлень на 2011–2013 роки, тис. грн.

Канал поширення інформації про продукцію	Фактично (в середньому за 2008–2010 рр.)		Проектне значення						2013 р. до 2010 р., +/-, тис. грн.
			2011		2012		2013		
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	
Телебачення (Новий канал)	305,7	20,7	395,7	21,1	591,8	21,5	888,6	21,5	582,9
Транспорт (тролейбуси)	485,7	32,9	494,6	26,4	592,0	21,5	900,0	21,8	414,3
Білборди	207,9	14,1	593,6	31,7	887,6	32,2	1350,0	32,7	1142,1
Радіо ефір (Наше радіо)	395,7	26,8	98,9	5,3	295,9	10,7	450,0	10,9	54,3
Друковані видання	82,4	5,6	92,4	4,9	92,4	3,4	92,4	2,2	10,0
Інтернет-реклама (www.uaportal.com.ua)	–	–	197,9	10,6	295,8	10,7	450,0	10,9	450,0
Всього	1780,6	100	1873,1	100	2755,5	100	4131,0	100	2653,6

Джерело: власні дослідження.

Список літератури:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Издательство «Питер», 1999. – 416 с.
2. Дэй Д. Стратегический маркетинг. – М. : Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640с.
3. Оганесян А. С. Анализ проблемы и выбор метода решения задачи [Электронный ресурс] / А. С. Оганесян, И. А. Оганесян. – Режим доступа : www.adbusiness.ru.
4. Малютина В. П. Экономико-математические методы в организации и планировании сельскохозяйственного производства : метод. разработки / В.П. Малютина. – Житомир : Облполиграфія, 1977. – 70 с.

Луференко Л. Ю.

Житомирский государственный университет имени Ивана Франко

ФОРМИРОВАНИЕ КОМУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОПТИМИЗАЦИИ БЮДЖЕТА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Изложены ключевые дефиниции проблемы исследования. Определены критерии разработки рекламной кампании молокоперерабатывающими предприятиями. Исследованы особенности оптимизации структуры бюджета рекламных кампаний молокоперерабатывающих предприятий.

Ключевые слова: опимизация, бюджет, рекламная кампания, рекламная стратегия.

Luferenko L. Yu.

Zhytomyr State University named after Ivan Franko

FORMING A COMMUNICATION STRATEGY FOR BUDGET OPTIMIZATION OF ADVERTISING CAMPAIGNS OF DAIRY PROCESSING ENTERPRISES

Summary

It also considers the conceptual instruments of the investigating problem. Grounded specifics of the campaign dairy processing enterprises and outlines the key components of its effectiveness. The features of optimization the structure of budget advertising campaigns of dairy processin enterprises is investigated.

Key words: optimization, budget, advertisement campaign, advertisement strategy.

УДК 330.526.33

Ляшко І. І.
Єременко О. М.

Донецький державний університет управління

СУТНІСНІ ОСОБАЛИВОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено особливості роздрібною торгівлі. Розглянуто нормативно-правову основу комерційної діяльності торгових підприємств. Визначено основні функції роздрібних торгових посередників.

Ключові слова: роздрібна торгівля, підприємство, комерційна діяльність, регулювання, споживач.

Постановка проблеми. Забезпечення різноманітних потреб населення є головним завданням торгового бізнесу. Торгівля, реалізуючи споживчу вартість, є з'єднуючою ланкою між виробництвом і споживанням, підтримує баланс між попитом і пропозицією. У загальному розумінні торгівлі прийнято розрізняти два головних її види: торгівлю гуртову – торгові відносини між виробником і одним або декількома торговими посередниками і торгівлю роздрібну – торговельні відносини між виробником або торговими посередниками і споживачем. Роздрібні торгові підприємства є важливою ланкою на товарному ринку. Вони є посередниками між кінцевими споживачами і оптовими посередниками та виробниками. Торгові послуги становлять невід'ємну частку національного суспільного продукту. Тому дослідження розвитку і аналіз процесів у комерційній діяльності роздрібною торгівлі та її державного регулювання є актуальними.

Аналіз досліджень і публікацій. Історично обмін продуктами праці між окремими виробниками товарів і споживачами зародився в глибоку давнину. Видатні вчені і філософи звертались до теми зародження і розвитку торгівлі й обміну. Проте частина зарубіжних і вітчизняних учених дотримуються думки, що торгівля, її перші форми з'являються під час першого суспільного поділу праці, при якому від землеробства відділилося скотарство. На етапі другого суспільного поділу праці виникли міста, з'явилися купці, які почали займатися лише торгівлею. На третьому етапі суспільного поділу праці створилися умови розвитку відносин, коли виробникам стало не вигідно витрачати час на продаж своїх товарів і вони почали передавати цю роботу людям, які спеціалізувались на торгівлі. Це призвело до виділення класу купців, зародження торговельного капіталу і комерційної діяльності.

В процесі руху товару від виробників до споживачів кінцевою ланкою, що замикає ланцюг господарських зв'язків, є роздрібна торгівля. Особливої уваги заслуговують дослідження в даному науковому напрямку таких авторів, як: Воробйов Б.З., Гриценко М.І., Мазараки А.А., Марцин В.С., Мочерний С.В., Брагін Л.А. Однак для реалізації державної політики щодо координації всіх складових роздрібною торгівлі на засадах ринкових механізмів господарювання необхідно упровадження нових правил торгівлі та посилення контролю, що вимагає їхнього подальшого вивчення і розвитку.

Мета статті. Дослідження тенденцій розвитку роздрібною торгового бізнесу в сучасних умовах господарювання з метою підвищення ефективності функціонування його в реальному економіко-правовому середовищі.

Виклад основного матеріалу. Переорієнтація української економіки на різноманітність форм

власності та розвиток підприємництва створила умови для функціонування нових форм роздрібною торгівлі. Розвиток торгівлі сприяє швидкому насиченню ринку необхідними товарами та послугами, розширенню конкуренції, прискоренню науково-технічного прогресу, зростанню добробуту населення.

Роздрібна торгівля на сьогодні є важливою галуззю економіки. Через роздрібну торгівлю проходить переважна більшість грошової готівки, яка є джерелом виплати заробітної плати працівникам усіх галузей народного господарства. Обороти торгівлі в Україні у січні-жовтні 2013 року зросли на 9,5% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року до 718,406 млрд. грн. за статистичними даними. За рахунок готівкових коштів від роздрібною торгівлі здійснюється фінансування різних галузей господарства та місцевих бюджетів, кредитування господарюючих суб'єктів ринку тощо [1, с. 215].

В умовах формування багатоукладної сфери торгівлі торгові роздрібні посередники виконують важливі функції в суспільстві. До головних, на нашу думку, можна віднести такі:

1. *Закупівля і продаж товарів з метою отримання прибутку.* Роздрібна торгівля здійснюється через магазини, павільйони, кіоски, палатки тощо. Комерційна діяльність цих суб'єктів господарювання передбачає широку сферу оперативно-організаційних заходів здійснення процесу купівлі-продажу і отримання прибутку. Акт купівлі-продажу товарів, як відомо, базується на основній, класичній формулі товарного обігу – зміні вартості. Підприємець бере на себе ризики, пов'язані із комерційною роботою.

2. *Найбільше повне задоволення потреб споживачів.* Життя кожної людини пов'язане з різними потребами: матеріальними благами, життєвими зручностями, суспільним визнанням, духовними потребами тощо, які постійно змінюються та вимагають задоволення. Тому виробники і споживачі об'єктивно змушені звертатися до незалежної комерційної організації, яка знаходиться між ними. Гуртові та роздрібні посередники на товарному ринку виступають у вигляді пропозицій.

3. *Відшкодування суспільно-необхідних витрат на виробництво товарів.* Виробники витрачають сировину, матеріали, обладнання, робочу силу тощо на виготовлення конкретного товару і їм необхідно відшкодувати витрати на процес виробництва. Споживачі теж зацікавлені в задоволенні своїх потреб за найменші грошові витрати. Таким чином, економічні інтереси споживачів і виробників не співпадають. Торговий підприємець на ринку виконує посередницьку місію між виробником і споживачем з метою взаємного обміну економічними благами. Він теж повинен покривати свої витрати і працювати рентабельно.

4. *Забезпечення взаємозв'язку торгового підприємництва з виробництвом і гуртовими посередниками.* Комерційне підприємство впливає на виробництво – звільняє виробника від витрат на пошук і ризики при збуті, вивчає попит населення на товари, реалізує їх, формує замовлення на їх виробництво, тобто дає можливість зосередитися на виробництві. Роздрібний посередник налагоджує безпосередні стосунки з кінцевим споживачем при продажі товарів – розподіляє, транспортує, зберігає, комплектує асортимент, здійснює доробку, фасування, пакування товару тощо.

5. *Реалізація вартості товару.* Оскільки товар має вартість, яка створюється абстрактною працею, і споживчу вартість, яка створюється конкретною працею, та в процесі обміну товару на гроші, тобто купівлі-продажу, визначається реальна вартість товару на ринку.

Існують і інші класифікації функцій, які виконує роздрібна торгівля, наприклад: закупівля, транспортування, зберігання, підсорткування, доробка, доведення до товарного вигляду, продаж товарів, прийняття ризиків, фінансова діяльність, інформування ринку, отримання інформації про ринок.

Підприємства торгівлі роблять значний внесок у зростання економіки України. Сучасних роздрібних торгових посередників на споживчому ринку України можна визначити за ознаками представницьких інтересів – виробників або споживачів. Так, виробники з метою незалежності від гуртовиків, намагаються створювати свою мережу торгових магазинів, торгових домів, торгових агентів, які продають свої товари безпосередньо роздрібним торговцям або споживачам. Разом з тим спостерігається також тенденція до організації певних об'єднань, споживчих товариств тощо з метою встановлення прямих зв'язків між споживачами і виробниками без участі оптових суб'єктів господарювання. Такі намагання, як з боку виробників, так і споживачів, встановити економічні зв'язки з меншою кількістю посередників суттєво впливають на формування умов нової якості забезпечення споживачів дешевшими товарами.

Економічні реформи трансформаційного періоду в Україні сприяли значній структурній перебудові роздрібно-торгівлі, її демонополізації та роздержавленню.

За останній час в Україні ухвалено цілу низку законодавчих і нормативних актів, мета яких – захищати права споживачів, підвищувати вимоги до якості товарів, що виробляються, до підприємств роздрібно-торгівлі, незалежно від їхньої організаційно-правової форми, а також громадян-підприємців, які займаються господарсько-торгівельною діяльністю, сприяти нормальній організації процесу торговельного обслуговування покупців, запобігати обмеженню їхніх інтересів у будь-якій формі.

Затверджені законодавчі та нормативні акти регулюють процеси торговельного обслуговування окремими видами товарів, визначають основні правила роботи підприємств роздрібно-торгівлі, вимоги щодо якості й безпечності товарів, термінів їх реалізації, гарантії тощо.

Отже сукупність усіх правил, які регулюють торговельну діяльність, становить нормативно-правову базу, що визначає обов'язкову відповідальність суб'єктів господарсько-торгівельної діяльності як юридичних, так і фізичних осіб, перед споживачем і захищають його законні права.

Особливості роздрібно-торгівлі полягають у тому, що вона покликана захищати інтереси споживачів, бо вона є посередником між виробниками і споживачами, висувати до виробників вимоги щодо якості продукції, її безпеки для здоров'я споживача, товарного вигляду, упаковки, надання споживачеві відповідної інформації про товар, забезпечити його належне торговельне обслуговування [2, с. 196].

Слід відзначити, що загальні права громадян (споживачів) України встановлені Конституцією України, згідно з якою, розробляються й затверджуються акти цивільного та господарського законодавства.

Основними актами цивільного та господарського законодавства України є Цивільний кодекс України № 435-1У та Господарський кодекс України № 436-1У, ухвалені Верховною Радою України 16 січня 2003 року.

Цивільним законодавством регулюються особисті немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), засновані на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їхніх учасників.

Господарський кодекс України визначає правові засади господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Він регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання.

Слід зауважити, що у статті 39 третього розділу Господарського кодексу України «Захист прав споживачів» визначені основні права споживачів: «Споживачі під час придбання, замовлення або використання товарів (послуг) з метою задоволення своїх потреб мають право на: державний захист своїх прав; гарантований рівень споживання; належну якість товарів (послуг); безпеку товарів (послуг); необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів(послуг); відшкодування збитків, завданих товарами (послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами(послугами), у випадках, передбачених законом; звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів».

Як видно, держава забезпечує громадянам захист їхніх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (послуг) відповідно до їхніх потреб і гарантує придбання або одержання іншим законним способом товарів (послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я та життєдіяльності.

Однак гарантований рівень споживання забезпечується стимулюванням виробництва товарів, запровадженням у разі необхідності нормованого розподілу товарів, якщо немає гарантій вільного придбання їх кожним споживачем.

В умовах ринкової економіки споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. У разі виявлення недоліків або фальсифікації товарів упродовж гарантійного або інших термінів, уста-

новлених обов'язковими для сторін правилами чи договором, споживач має право за своїм вибором вимагати від продавця:

- безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою;
- заміни на аналогічний товар належної якості;
- відповідного зменшення його купівельної ціни;
- заміни на такий само товар іншої моделі з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

Вимоги споживача пред'являються за його вибором продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що виконує їхні функції, за місцем знаходження споживача.

Тому продавець, виробник або підприємство що виконує їхні функції, зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги.

Споживач має право на те, щоб товари за звичайних умов їх використання, зберігання чи транспортування були безпечними для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавали шкоди його майну [3, с. 158].

Але у разі відсутності нормативних документів, що містять обов'язкові вимоги до товару, використання якого може завдати шкоди життю споживача, довкіллю, а також майну споживача, відповідні органи державної влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію таких товарів.

Зрозуміло, що споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари, що забезпечує можливість компетентного вибору [4, с. 48].

Таким чином, інформація про товари має містити:

- назви нормативних документів, вимогам яких має відповідати товар;
- перелік основних споживчих властивостей товарів, а щодо продуктів харчування – склад, калорійність, вміст шкідливих для здоров'я речовин порівняно з обов'язковими вимогами нормативних документів і протипоказань щодо застосування;
- ціну та умови придбання товарів;
- дату виготовлення;
- гарантійні зобов'язання виробника;
- правила й умови ефективного використання товарів;

Список літератури:

1. Воробйов Б.З. Основи комерційної діяльності / Б.З. Воробйов, Е.М. Локтев, Ю.Ш. Плетень. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. – 254 с.
2. Грищенко М. Маркетингові основи комерційного посередництва / М. Грищенко. – К.: Грамота, 2006. – 210 с.
3. Мазараки А.А. Торговля. Деньги. Менталитет : монография / А.А. Мазараки. – К. : Книга, 2006. – 158 с.
4. Технология розничной торговли / Л.А. Брагин, И.Б. Стукалова и др. : Под ред. Л.А. Брагина. – М. : Академия, 2004. – 314 с.

- термін служби (придатності) товарів, відомості про необхідні дії споживача після його завершення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

- найменування й адресу виробника і підприємства, яке здійснює його функції, щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт, технічне обслуговування.

В процесі регулювання комерційної діяльності у сфері роздрібною торгівлі необхідно посилається до таких важливих нормативно-правових актів, як Укази Президента України щодо посилення державного захисту прав споживачів та державного регулювання відносин у сфері торгівлі, а також правила торговельного обслуговування населення та інші нормативно-правові акти, ухвалені Кабінетом Міністрів України. Також роздрібним підприємствам варто керуватись нормативними документами зі стандартизації. Це:

- державні стандарти України – ДСТУ;
- галузеві стандарти України – ГСТУ;
- стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок України – СТТУ;
- стандарти підприємств – СТП;
- технічні умови України – ТУУ.

Якщо товари підлягають обов'язковій сертифікації, споживачеві має надаватися інформація про їхню сертифікацію.

Висновки. Економічні результати торгового бізнесу в Україні є наслідком розвитку ринкових взаємин та поширення в суспільстві підприємницьких вмінь і знань. Нові тенденції щодо скорочення гуртових посередників на товарному ринку шляхом розширення кількості роздрібних посередників як з боку виробників, так і споживачів, сприяють скороченню зловживань у сфері торгівлі і здешевленню товарів для кінцевих споживачів.

Роздрібна торгівля покликана захищати інтереси споживачів, бо вона є посередником між виробниками (постачальниками) і споживачами, висувати до виробників вимоги щодо якості продукції, її безпеки для здоров'я споживача, товарного вигляду і упаковки.

Водночас із розвитком товарного ринку повинні розроблятися нові й удосконалюватись чинні законодавчі та нормативно-правові акти, які будуть сприяти уникненню свавілля на споживчому ринку, насиченню його якісними товарами, що відповідають зростаючим вимогам споживачів і поліпшують торговельне обслуговування населення.

Ляшко І. І.

Еременко Е. Н.

Донецкий государственный университет управления

**СУЩНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ
И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Резюме

Исследованы особенности розничной торговли. Рассмотрена нормативно-правовая основа коммерческой деятельности торговых предприятий. Определены основные функции розничных торговых посредников.

Ключевые слова: розничная торговля, предприятие, коммерческая деятельность, регулирование, потребитель.

Lyashko I. I.

Eremenko O. M.

Donetsk State University of Management

**ESSENTIAL SPECIALITY AND REGULATION OF RETAIL TRADE
IN COMMERCIAL ACTIVITY OF ENTERPRISE**

Summary

The special of retail trade were investigated. The norm and legal base the commercial activity of trade enterprises is considered. Key functions of retail trade mediators were determined.

Key words: retail trade, enterprise, commercial activity, regulation, consumer.

УДК 005.22:658.115.31

Ляшок Я. А.

Красноармейский индустриальный институт
Донецкого национального технического университета

ЗАТРАТЫ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ: СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Выполнен анализ последствий неэффективного функционирования системы обеспечения жизнедеятельности населения. Обоснована целесообразность совершенствования механизма управления затратами на производство услуг.

Ключевые слова: затраты, субъекты хозяйствования, обеспечение жизнедеятельности.

Постановка проблемы. Система обеспечения жизнедеятельности населения (ОЖН), как составная часть сферы жилищно-коммунального хозяйства – одна из важнейших сфер современной социально-экономической системы, обеспечивающей сохранение и преумножение трудовых ресурсов страны. В то же время система, результаты функционирования которой непосредственно влияют на качество жизни практически каждого жителя страны, наименее приспособлена к современным реалиям рыночной экономики и наиболее подвержена влиянию политических и экономических кризисов. Кроме того, производство услуг по обеспечению жизнедеятельности населения имеет ряд специфических особенностей, которые отличают его от производства других видов товаров, работ и услуг. Эти особенности вытекают из специфических свойств продуктов жизнедеятельности как товара и вызывают ряд проблем в управлении затратами субъектов хозяйствования в рыночной среде.

Действующий до настоящего времени механизм управления затратами на обеспечение жизнедеятельности населения Украины, не способный сдерживать рост потерь, снижать непроизводительные расходы материальных, трудовых и энергетических ресурсов, обеспечивать эффективность производства услуг, безубыточность деятельности субъектов хозяйствования (СХ). Так, по Донецкой области темпы роста затрат на производство тепловой энергии по сравнению с 2006 годом превысили 240 %, в то время, как темпы роста ее реализации сократились до 83%¹.

К недостаткам действующего механизма управления затратами в системе ОЖН Украины следует отнести: наличие слабой методической базы, несогласованность построения учетной информации с целями управления, отсутствие инструментов, обеспечивающих стимулирование субъектов хозяйствования к ресурсосбережению на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях.

Анализ последних исследований и публикаций. В современной научной литературе управление затратами стало предметом внимания многих отечественных и зарубежных исследователей. Различные аспекты этого направления отражены в трудах: Г. В. Козаченко, Ф. Ф. Бутынца, С. Ф. Голова, В. В. Сопко, Н. Г. Чумаченко, Ю. С. Цал-Цалка, И. А. Бланка, К. Друри, Ч. Т. Хорнгрена, Дж. Фостера, Дж. Риса, Р. Энтони, М. Х. Мескона, Ф. Хедоури, Б. Райана, Дж. Шанка, А. Д. Шеремета, В. Ф. Палия и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Анализ результатов исследований от-

ечественных ученых и практиков С. В. Богачева, Н. А. Гуры, В. Н. Инякина, Е. И. Онищука, В. П. Полуянова, Г. М. Семчука, А. М. Тарадай, О. М. Тищенко, В. И. Чиж и др. в области жилищно-коммунального хозяйства, подтверждает наличие ряда нерешенных научно-практических задач, требующих совершенствования механизма управления затратами на обеспечение жизнедеятельности населения.

Цель статьи. Главной целью этой работы является анализ причин и последствий неэффективного функционирования системы обеспечения жизнедеятельности населения и обоснование целесообразности совершенствования механизма управления затратами на производство услуг.

Изложение основного материала. Одной из актуальнейших проблем системы обеспечения жизнедеятельности населения Украины (ОЖН) является высокий уровень экономически необоснованных затрат на производство и отпуск услуг. Эта проблема является предпосылкой существования негативных тенденций на макро- и микроуровнях, ограничений в достижении народнохозяйственной, социальной и экономической целей (рис. 1).

Существование этой проблемы обусловлено наличием организационных, технологических и экономических причин, которые вызваны затратным регулируемым характером тарифообразования (П1), и, как следствие, отсутствием стимулов к снижению затрат, высокой материалоемкостью производства услуг (П2), высоким уровнем физического и морального износа основных средств (П3), отсутствием финансовых ресурсов для функционирования и развития субъектов хозяйствования (СХ) (П4).

Следствием неэффективного управления затратами в системе ОЖН является превышение уровня тарифов над уровнем качества услуг, превышение уровня тарифов над уровнем платежеспособности населения (С1), превышение уровня затрат над тарифами (С2). Превышение уровня тарифов над уровнем качества услуг и уровнем платежеспособности населения (С1) отмечается многими исследователями.

Так, в монографии [1, с. 69] констатируется: «Жилищные условия и нормативы качества коммунальных услуг в Украине сегодня не отвечают уровню европейских стандартов». В то же время, только в январе-августе 2011 г. цены на жилье, воду, электроэнергию, газ и другие виды топлива выросли на 10,6 %, в том числе плата за горячую воду, отопление – на 13,8 % [2]. Тарифы на услуги ОЖН в Украине, по утверждению экспертов [3, 4], завышены на сегодняшний день на 40-50 %.

По мнению В. Н. Инякина, тарифы на производство и предоставление услуги существенно за-

¹ Здесь и далее рассчитано по данным Донецкого областного управления статистики за 2002-2012 гг.

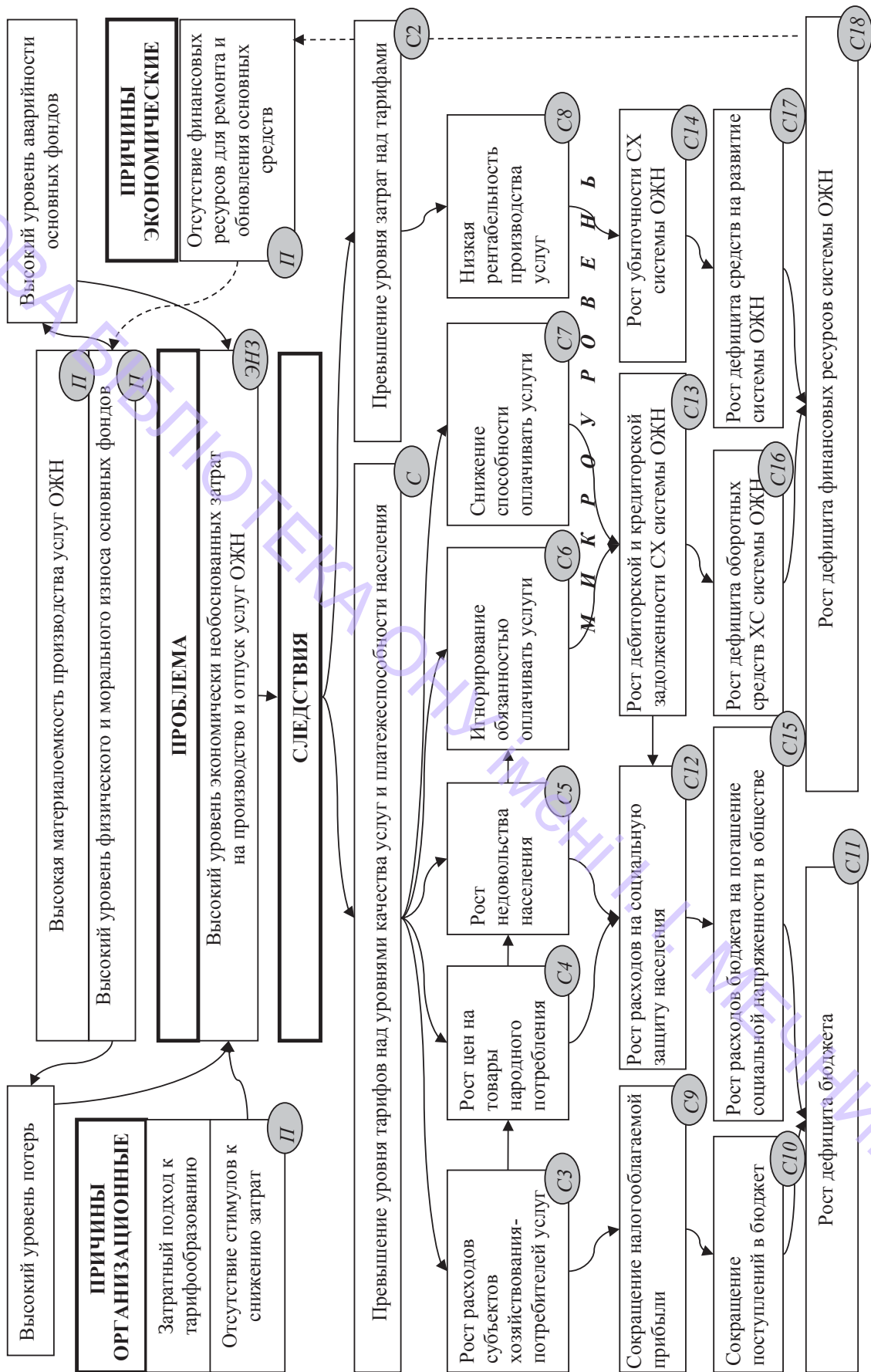


Рис. 1 Причинно-следственные связи в управлении затратами в системе обеспечения жизнедеятельности населения

вышены вследствие утери контроля над деятельностью жилищно-коммунальных предприятий со стороны общества и государства [5, с. 134]. Имеются расчеты, что потребители Украины переплачивают за потребленные энергоресурсы в 2,5-3 раза [6].

Эксперт по энергетическим вопросам, глава общественной организации «Комитет энергетической независимости Украины» И. Надеин отмечает, что лишь каждая вторая гривна, оплаченная за услуги, погашает расходы за реально предоставленное тепло, горячую воду и другие услуги ОЖН. Согласно его мнению, «Главная причина – в больших потерях на теплосетях, низком коэффициенте полезного действия котлов и другого оборудования, а также желание коммунальных организаций списать все свои плановые и внеплановые расходы на потребителей» [7].

По расчетам Г. М. Семчука только в 2003 году в производстве тепловой энергии административные и сбытовые затраты возросли на 26,9%, прочие операционные затраты – на 11,8% [8].

Превышение уровня тарифов над уровнем качества услуг ОЖН и уровнем платежеспособности населения сопровождается значительным снижением показателя уровня жизни населения, уровня его платежеспособности.

Превышение уровня тарифов над уровнем качества услуг ОЖН является предпосылкой роста расходов хозяйствующих субъектов-потребителей на потребленные ими услуги ОЖН (С3). Рост расходов СХ, в свою очередь, сопровождается удорожанием произведенной ими продукции (предоставленных услуг) и сокращением размера налогооблагаемой прибыли (С4, С9). Размер налогооблагаемой прибыли является бюджетоформирующим фактором (С10) и его сокращение вызывает негативные тенденции при формировании бюджета (С11). В свою очередь, удорожание продукции косвенно снижает показатели платежеспособности конечного потребителя. Учитывая тот факт, что «15–20% совокупного дохода среднестатистической украинской семьи составляет оплата коммунальных услуг», как отмечено в [9], т.е. оплата услуг ОЖН имеет значительный удельный вес в расходах населения, снижение показателя платежеспособности населения снижает его способность оплачивать эти услуги (С7) и является предпосылкой роста дебиторской задолженности (С13) и роста дефицита оборотных средств СХ (С16).

Превышение уровня тарифов над уровнем платежеспособности населения (С1) в условиях низкого уровня благосостояния населения и экономического кризиса предприятий вызывает проблему неплатежей потребителей (долги по платежам за предоставление услуг в последние годы составляют более 25% стоимости предоставленного объема услуг), что также приводит к дефициту финансовых ресурсов и подрывает воспроизводственную базу системы ОЖН (С18).

Удорожание товаров народного потребления (С4) и превышение уровня тарифов над уровнем платежеспособности населения (С1) вызывают рост его недовольства (С5), которое трансформируется в социальный протест в разных формах – от игнорирования обязанностью оплачивать услуги до открытых выступлений (С6). Это требует увеличения расходов на социальную защиту населения (С12) и на погашение социальной напряженности в обществе (С13).

Необходимо признать, что превышение тарифов над платежеспособностью населения увеличивает нагрузку на бюджет, приводит к росту задолженности населения и отделов субсидий (С12). Так, в 2010 г. субсидии для возмещения расходов на оплату услуг ОЖН получили более миллиона семей [10]. В январе-июле 2011 г. субсидии назначены 804,2 тыс. семей. Общая сумма назначенных субсидий в этот период составляла 97,2 млн. грн. [2].

Наличие льготных категорий населения, субсидирования малообеспеченных граждан, заниженный уровень тарифов, который должен покрываться государственной дотацией, – всё это предусматривает покрытие части затрат СХ из бюджета, что приводит к росту дефицита бюджета (С11). Низкая финансовая состоятельность местных бюджетов является причиной несвоевременного и не в полном объеме финансирования СХ, которые вынуждены выполнять в этом случае функцию социальных служб и терять свои финансовые ресурсы (С18).

Кроме того, широкое использование перекрестного субсидирования населения за счет установления завышенных тарифов для предприятий и организаций также способствует росту цен на товары народного потребления (С4) с вытекающими отсюда последствиями (С15, С11). Как отмечается в источнике [11] «...для компенсации убыточной работы для бытовых потребителей во многих городах для предприятий и организаций устанавливаются более высокие тарифы, которые на десятки процентов превышают себестоимость. К примеру, в Сумах предприятия платят за отопление и горячую воду почти 150% себестоимости их производства. А население компенсирует затраты коммунальщиков только на 78,9%».

Превышение уровня тарифов над уровнем платежеспособности населения (С1) трансформируется в недовольство населения в разных формах (С5) и в снижении способности населения оплачивать услуги ОЖН (С7), что является причиной роста дебиторской задолженности в системе ОЖН (С13). Сегодня большая часть населения Украины имеет доходы ниже средних, а начисляемые платежи за ОЖН составляют 40-50% от доходов, что значительно превышает порог платежеспособности².

На протяжении длительного периода наблюдается опережение темпов роста тарифов над темпами роста платежеспособности населения (С1). Так, при индексе реальной заработной платы в январе-июле 2011 г. по сравнению с соответствующим периодом 2010 г. 107,6%, цены на горячую воду и отопление за аналогичный период возросли на 13,8% [2]. По расчетам В. Н. Иньякина, за период с 1991 по 2005 гг. темп роста тарифов на ЖКУ в 14,2 раза превышал темп роста доходов населения [5, с. 134].

При таком опережении большая часть населения не сможет оплачивать услуги ОЖН, хотя также технически не сможет и сократить их потребление. По статистике ООН, 78% украинцев находится за чертой бедности [12]. Доля домохозяйств, которые пострадали от недостаточности средств для своевременной и в полном объеме оплаты счетов, по данным [13], составила 15,8%. Другими словами, каждый шестой потребитель услуг ОЖН объявил себя неплатежеспособным. Сегодня, согласно источнику [10], «тарифы на услуги ЖКХ уже не может потянуть каждая третья семья».

В результате этого, дебиторская задолженность (С13) имеет значительный удельный вес в струк-

² Источник: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

туре оборотных активов СХ. Так, по Украине он составляет более 70% [13], а по Донецкой области – достигает 90%. Наблюдается дальнейшая тенденция роста дебиторской задолженности. По отношению к объему реализованных услуг дебиторская задолженность на некоторых предприятиях коммунальной теплоэнергетики достигает 88%³, что превышает аналогичный показатель по промышленности почти в три раза.

В структуре задолженности населения Донецкой области по видам коммунальных услуг задолженность предприятиям теплоснабжения составляет около 40%. При этом доля задолженности населения в структуре дебиторской задолженности за услуги теплоснабжения превышает 90%. Так, в структуре дебиторской задолженности по ОКП «Донецктеплокоммунэнерго» эта доля составляет 92%⁴.

Ввиду того, что дебиторская задолженность по своей сути является активом, связывающим дефицитные финансовые ресурсы, ее рост негативно сказывается на платежеспособности предприятий КТЭ. Рост дебиторской задолженности служит причиной роста их кредиторской задолженности, в частности за энергоносители.

По состоянию на начало 2012 года задолженность предприятий теплокоммунэнерго перед ГК «Газ Украины» достигает более 4 млрд. грн., а общая сумма задолженности за газ совместно с ПАТ «Киевэнерго» превышает 5 млрд. грн. Уровень расчетов предприятий теплокоммунэнерго за употребленный с начала прошлого отопительного сезона природный газ составляет 73% [14].

Следствием неэффективного механизма управления затратами в системе ОЖН является также превышение уровня затрат над тарифами (С2), которое снижает рентабельность производства услуг (С8), ведет к росту убыточности СХ (С14) и к росту дефицита финансовых ресурсов для их функционирования и развития (С17).

По данным Минрегиона, лишь в нескольких регионах страны цена услуг ОЖН полностью покрывает их себестоимость. Например, жители лишь четырех регионов полностью покрывают затраты на производство горячей воды. Это Запорожье, Николаев, Одесса и Херсон. В остальных этот параметр колеблется в пределах 70-80% [11]. Как отмечается в источнике [10] себестоимость покрывается тарифом лишь на 60%.

Список литературы:

1. Тищенко О. М. Реформування житлово-комунального господарства : теорія, практика, перспективи : монографія / О. М. Тищенко, М. О. Кизим, Т. П. Юр'єва. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2008. – 368 с.
2. Соціально – економічне положення України за январь-август 2011 года. Повідомлення Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://ukrexport.gov.ua/ukr/makro_pokazniki/ukr/5867.html.
3. По материалам пресс-релиза общественной организации «Комитет энергетической независимости Украины», 06.10.2011, [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dengi.ua/news/87595_V_Ukraine_tarify_na_zhilishhno-kommunalnye_uslugi_zavysheny_na_40-50_-_ekspert.html.
4. Тарадай А.М. Победит здравый смысл и профессионализм // Міське господарство України. – 2003. – № 3. – С. 29-33, С. 31-32.
5. Инякин В. Н. Обеспечение стабильного функционирования жилищно-коммунального хозяйства / В. Н. Инякин. – Донецк : Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 30. – С. 132-139.
6. Іваськов В. Обсяги оплати за спожиті енергоресурси та послуги в Україні перевищують вартість поставлених енергоресурсів у 2,5-3 рази // Енергореформ. – 2006. – № 27. – С. 5.
7. Украинцы в разы переплачивают за услуги ЖКХ. 09.10.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.real-estate.lviv.ua/ru/news1970.html>.
8. Семчук Г. М. Рік наполегливої праці. Час підсумків, аналізу дій / Г. М. Семчук // Міське господарство України. – 2004. – № 1. – С. 2-15.

³ Так, по данным ОКП «Донецктеплокоммунэнерго», этот показатель составляет 87,8%.

⁴ Рассчитано по данным ОКП «Донецктеплокоммунэнерго».

9. Проблемы теории и практики развития городской хозяйственной системы : монография / Богачев С.В., Мельникова М.В., Лукьянченко А.А и др. – Донецк : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 381 с.
10. Почему дорожают коммунальные услуги?, 24.03.2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://poslezavtra.com.ua/pochemu-dorozhayut-komunalnye-uslugi/>.
11. Почему дорожают коммунальные услуги, 10.05.2011, Известия в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://izvestia.com.ua/ru/article/6199>.
12. Карпачева Н. Три четверти украинцев оказались «сравнительно бедными» 09.04.2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.segodnya.ua/news/14128656.html>.
13. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
14. Борг теплокомуненерго за газ залишається на рівні більш як 5,3 млрд. грн. – «Газ України», 2011.11.07, [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrinform.ua/ukr/order/?id=1054734>.
15. Про підсумки роботи житлово-комунального господарства України у 2009 та основні завдання на 2010 рік : інформаційно-аналітичні матеріали Мінжитлокомунгоспу України [Електронний ресурс] / Мінжитлокомунгосп України. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.
16. Бражникова Л.Н. Стратегическое управление финансовой деятельностью предприятий ЖКХ : монография / Л.Н. Бражникова ; НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк : Юго-Восток, 2010.– 499 с.

Ляшок Я. А.

Червоноармійський індустріальний інститут
Донецького національного технічного університету

ВИТРАТИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ АСПЕКТИ

Резюме

Виконаний аналіз наслідків неефективного функціонування системи забезпечення життєдіяльності населення. Обґрунтована доцільність вдосконалення механізму управління витратами на виробництво послуг.

Ключові слова: витрати, суб'єкти господарювання, забезпечення життєдіяльності.

Liashok Ya. A.

Krasnoarmeisk Industrial Institute
of Donetsk National Technical University

COSTS OF ENSURING ACTIVITY POPULATION OF UKRAINE: MODERN ASPECTS

Summary

The analysis of consequences of inefficient functioning of system of ensuring activity of the population is made. Expediency of improvement of the mechanism of management is proved by costs of production of services.

Key words: expenses, subjects of managing, ensuring activity.

УДК 339.17:633.491(477)

Майн В. В.

Херсонський державний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ КАРТОПЛІ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються особливості формування та функціонування ринку картоплі в Україні. Автором систематизовано принципи формування ринку картоплі, визначено головні проблеми функціонування досліджуваного ринку.

Ключові слова: ринок картоплі, суб'єкти ринку, об'єкти ринку, попит, пропозиція, конкуренція, ринкова інфраструктура, державне регулювання ринку картоплі.

Постановка проблеми. Сучасна перебудова і формування нової економічної ситуації в аграрному секторі України змінили не форми і способи руху продукції, а форми взаємодії суб'єктів господарювання. Картопля як ключовий товар ринку картоплі для аграрного ринку України є стратегічно важливим продуктом. Через симбіоз низької купівельної спроможності населення, та споживчих якостей картоплі дана продукція стала головним продуктом харчування. Ринок картоплі формується в умовах нестабільності аграрного ринку України і має ряд невирішених проблем, серед яких недосконалий механізм ціноутворення, дисфункціональність ринкової інфраструктури, недосконалість механізму регулювання і саморегулювання ринку картоплі. З огляду на це, виникає потреба у вивченні особливостей формування і функціонування ринку картоплі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика ефективного формування і функціонування ринку картоплі присвятили свої наукові роботи такі вчені, як А.А. Бондарчук [8], Н.М. Буняк, В.В. Кононунченко, Р.В. Лавров, Л.М. Мех [9], Т.Ю. Приймачук, І.О. Федуняк, Є.І. Ходаківський, Ю.А. Цимбалюк та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим, потребують детального вивчення особливості формування і функціонування ринку картоплі в сучасних умовах функціонування.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення особливостей формування і функціонування ринку картоплі в Україні.

Виклад основного матеріалу. Процес формування ринку картоплі безпосередньо пов'язаний з розвитком аграрного ринку України, який за роки

незалежності зазнав величезну кількість реформ, що не завжди мали позитивний результат. Значно знизилась прозорість та передбачуваність ринку картоплі, а міжнародні системи функціонування аграрного ринку виявилися не ефективними [1].

Умовами формування ринку картоплі, без наявності яких можливості його обмежуються, є: наявність економічної свободи і самостійності господарюючих суб'єктів; наявність в економіці різноманітних форм власності; достатня кількість виробників; конкуренція; вільне ціноутворення; доступ до реальної інформації про стан ринку; наявність розвиненої ринкової інфраструктури, тобто комплексу галузей, систем, служб, які забезпечують загальні умови виробництва і життєдіяльності людей [2, с. 117]. Гальчинський А. та Єщенко П. окрім зазначених критеріїв апелюють до наявності системи соціального захисту населення й ринкової культури і психології [3, с. 182-183], які є актуальними й для досліджуваного ринку. Але Одинцов М. наполягає на дотриманні загальних методологічних принципів формування ринку: принцип єдності інтересів суб'єктів економічного процесу; принцип невизначеності, що дозволяє реально уявити ринок картоплі як соціально-економічну систему, яка в певному розумінні самостійно розвивається й удосконалюється; принцип нерозривності єдиного фінансово-економічного простору при здійсненні формування і розвитку економіки [4, с. 63-65]. Систематизований перелік принципів формування ринку картоплі представлено на рис. 1.

Суб'єктами ринку картоплі в глобальному масштабі є виробники, споживачі та держава [5, с. 196]. В особі виробника можуть бути представлені держава, особисті селянські господарства (в розпорядженні яких є присадибні ділянки), міське і сільське населення, сільськогосподарські підприємства будь якої форми власності (фермерські господарства, агрохолдинг та інше), а також суб'єкти зовнішнього ринку, які здатні формувати різні ринкові структури: оптові та роздрібні ринки) [6]. І хоча науковці наголошують на перспективному напрямі налагодження виробництва – необхідності його укрупнення [7, с. 9-12] – для ринку картоплі залишається характерним перевага дрібно-товарного виробництва. Середній розмір насаджень картоплі приватного сектора за дослідженнями Бондарчука А.А. варіює від 0,15 до 0,20 га [8, с. 3-9].

Споживачами картоплі є: 1) населення, яке споживає її у свіжо-



Рис. 1. Принципи формування ринку картоплі *

* Систематизовано автором

му вигляді та як картоплепродукти; 2) підприємства системи заготівлі, зберігання, реалізації (як на території країни так і за її межами), переробки (спиртові та крохмальні заводи, підприємства з виготовлення картоплепродуктів); 3) держава для формування національного продовольчого резерву; 4) посередники, що діють між виробниками та кінцевими споживачами.

Оскільки картопля як товар є неоднорідною за якістю, її використовують відповідно за цільовим призначенням [9]. Враховуючи технологічно-сортіві особливості та виходячи з мети використання картоплі, нами уточнено об'єкти ринку картоплі в частині виокремлення картоплі для виробництва картоплепродуктів (для виробництва сухої, чіпсової картоплі, заморожених напівфабрикатів та хрумкої картоплі, які за останній час мають великий споживчий інтерес). А тому, виходячи з мети використання об'єкти ринку картоплі варто розподілити на картоплю продовольчу (призначену для харчування), насінневу, кормову, картоплю для промислової переробки (для виробництва крохмалю, спирту та інше) та картоплю для виробництва картоплепродуктів.

Головним учасником ринку картоплі більшість вчених вважають споживача [2, с. 122] як «носія потреб», а тому фундатора споживчого попиту на товари й послуги, що обмежується спадною граничною корисністю, цінністю блага та неціновими чинниками попиту (ефектом заміщення, доходу, очікування та інші) [10]. Тому другим важливим суб'єктом ринкових відносин виступає виробник, завданням якого є формування пропозиції – можливості і спроможності надавати товар на продаж, насамперед орієнтуючись на попит. Звідси слідує, як досить влучно помічають найвідоміші капіталісти К. Маркс та Ф. Енгельс, що «попит і пропозиція обумовлені один одним та мають вплив один на одного, тобто є абсцисою та ординатою економічної кривої» [11, с. 150], а тому розвиток ринку картоплі завжди залежить від співвідношення цих категорій.

Каталізатором механізму функціонування ринку картоплі є конкуренція, яка фактично уособлює саму суть ринку, виконуючи такі функції як регулюючу, алокаційну, інноваційну, адаптивну та контролюючу [12, с. 10], забезпечує ефективну роботу виробників при визначенні кількісно-асортиментного складу картоплі та формування цінової політики. Таким чином конкуренція фактично врегульовує відносини попиту і пропозиції цінами на ринку картоплі.

Формування ефективного ринку картоплі та картоплепродуктів неможливе без підвищення конкурентоспроможності галузі картоплярства в цілому. Для цього необхідно вирішити наступні проблеми: підвищити урожайність товарної картоплі; вдосконалити систему насінництва; запровадити високоефективну технологію вирощування картоплі з використанням сучасної техніки; об'єднати фінансові, наукові, виробничі, матеріальні ресурси України для концентрації картоплярства в найбільш сприятливих природно-кліматичних, ґрунтових та соціально-економічних зонах і переводу його на інтенсивний шлях розвитку із застосуванням останніх досягнень сучасної науки, нової техніки і технологій, а також економічних важелів ринкової економіки.

Крім того, потребує вдосконалення інфраструктура ринку картоплі, а саме організація оптових ринків, матеріально-технічне, наукове та інформаційне забезпечення галузі. Для подолання не-

гативних тенденцій в розвитку ринку картоплі та картоплепродуктів потрібно створити сприятливі умови для реалізації картоплі та продуктів її переробки, формування ринків сільськогосподарської продукції, відповідної ринкової інфраструктури, створення оптових продовольчих ринків, а також формування кооперативів товаровиробників та інших підприємницьких структур усіх форм власності з виробництва, заготівлі, переробки і реалізації картоплі та надання різних послуг.

Головними проблемами ефективного функціонування досліджуваного ринку є: 1) ціноутворення і ринок; 2) зростання виробничих витрат і зниження цінової конкурентоспроможності картоплі, що зумовлює збитковість виробництва; 3) дисфункціональність ринкової інфраструктури; 4) недосконалість ринку, механізму його регулювання і саморегулювання [13, с. 124-125].

В останній час на всій території України розширюється система овочесховищ, яка дозволяє не лише зберігати кількісно-якісний стан вирощеної картоплі, а й забезпечує її відносно рівномірну пропозицію. Але овочесховища не є гарантом 100% реалізації товару до нового врожаю. Тому виробники повинні паралельно з вирішенням питання забезпечення високого майбутнього врожаю (підготовка ґрунту, пошук необхідного насінневого матеріалу, техніки, вирішення фінансових питань та інше) займатись питанням реалізації минулорічного врожаю. Особливо гостро дане питання постало з активним входженням імпортованої молоді картоплі на вітчизняний ринок картоплі [14, с. 238].

Вирішити дане питання можливо за рахунок активного налагодження договірних зв'язків, суть яких фактично зводиться до реалізації майбутнього (ще не існуючого) врожаю. З їх допомогою можливо частково врегулювати дисбаланс співвідношення виробництва-споживання на картоплю. Довгострокові партнерські відносини починають формуватися між сільгосптоваровиробниками, великими промисловими підприємствами, переробними підприємствами й торгівельними фірмами [15]. Укладаючи договір про наміри виробник не застрахований від його розірвання в односторонньому порядку.

Для ринку картоплі характерним є локальний характер виробництва, а тому виникає необхідність міжрегіональних поставок надлишків виробництва. Цьому сприяє відносно високий рівень транспортабельності. Ключову роль у функціонуванні ринку картоплі відіграє розвиток регіональної високопродуктивної інфраструктури [16, с. 24], яка представляє собою комплекс, завданням якого є обслуговування процесу товарообміну на засадах прозорості, надійності, стабільності, цивілізованості, ефективності та продуктивності. Таким чином при високому рівні організації інфраструктури ринку картоплі, товаровиробник позбавлений необхідності пошуку каналів збуту, делегуючи повноваження посередникам.

Інфраструктура ринку картоплі, базуючись на інформаційному забезпеченні, здійснює оптову й роздрібну торгівлю. Горлачук М.А. вважає за необхідне розмежування ринку на п'ять форм, а саме великогуртовий, середньогуртовий, дрібногуртовий, роздрібно-гуртовий і роздрібний [17, с. 326]. Так роздрібно торгівля для даного сегменту економіки є наймасштабнішою через специфіку товару і представлена регіональними овочевими ринками, споживчими коопераціями, мережевими магазинами, торгівлею з лотків або палаток.

Оптово-роздрібна торгівля картоплею здійснюється через товарні біржі, аукціони, агроторгові дома, ярмарки, виставки-продажі, споживчі кооперації, оптові ринки овочевої продукції, а також за прямими зв'язками виробників на переробку (на спиртові та крохмальні заводи, картопле продукти та інше).

Окремим сегментом ринку картоплі є насінневий підкомплекс. Через його недостатній рівень розвитку неможливий повноцінний розвиток ринку картоплі в цілому, а тому виробники змушені вирощувати імпортований насінневий матеріал, який має низький рівень адаптації та не відповідає смаковим вимогам споживачів [18].

Погойдуюмося з Корецькою С.О., що функціонування ринку картоплі залежить від забезпечення адміністративної незалежності виробника, фінансово-кредитної й банківської систем та лібералізація системи ціноутворення [19].

Регулювання ринку картоплі здійснюється у двох можливих варіаціях: 1) за правилами ринкового механізму, в основу якого покладено дію таких категорій як попит, пропозиція, ціна, конкуренція, прибуток, собівартість, рентабельність та інше; 2) за прямою або опосередкованою участю держави, які поділяються на 4 групи: адміністративні, законодавчі, економічні, інформаційно-орієнтовані. Для ефективного функціонування ринку картоплі, необхідною умовою є оптимальне їх поєднання.

Ринок картоплі є важливою складовою економіки України, а тому йому притаманні загальні методи ринкового та державного регулювання. За способом функціонування виокремлюють методи прямого та опосередкованого впливу держави на ринок [9]. До першого Мех Л.М. відносить регулювання через законодавчі приписи, що пригнічують самостійність вибору учасників ринку картоплі, зазначаючи їх високу продуктивність не зважаючи на пряму загрозу вільному ринковому механізму. Тобто за допомогою здебільшого економічних регуляторів впливати на формування попиту, пропозиції та цінової політики на ринку картоплі. Опосередкованими вважають методи, які спонукають суб'єктів ринкових відносин діяти в рамках певної економічної політики, не впливаючи безпосередньо на даний вибір і тим самим не нівелюючи природній ринковий устрій.

Методи прямого впливу держави на ринок картоплі поділяють на економічні, інституційні та адміністративні методи, які мають стимулюючий або обмежуючий ефекти. Серед адміністративних методів державного регулювання ринку картоплі варто виокремити антимонопольне регулювання

цін; встановлення граничного рівня рентабельності та торгівельну націнку; декларування цін; встановлення верхнього та нижнього рівнів цін; введення нормативних коефіцієнтів співвідношення між вартістю виготовленої із сировини готової продукції; створення відділу маркетингу, товарно-виробничих ринків. Інституційними методами регулювання ринку картоплі є стандартизація та сертифікація продукції; створення асоціації картоплярів, кооперацій та відповідних агропромислових груп.

Таким чином формування і функціонування ринку картоплі ґрунтується на тісній взаємодії, взаємозв'язку та взаємозалежності його складових, до яких відносять суб'єкти, об'єкти та інфраструктуру ринку. Координаторами даного процесу виступають ключові ринкові та державні регулятори: ціновий механізм, конкуренція та інтеграційні процеси.

Висновки і пропозиції. Отже, ринок картоплі є важливим сегментом продовольчого ринку України, на якому під впливом попиту і пропозиції формується ціна на такий важливий стратегічний продукт харчування, як картопля. На ринку картоплі виокремлюють такі специфічні об'єкти як: продовольча, насіннева, кормова, картопля для промислової переробки та для виробництва картопле продуктів. Для нормального формування та функціонування даного ринку необхідно забезпечити комплексну дію таких принципів: єдності інтересів суб'єктів економічного процесу; невідчуженості; нерозривності єдиного фінансово-економічного простору при здійсненні формування і розвитку економіки. Особливість картоплі як ринкового товару вплинула на зміцнення ролі приватного сектора на даному ринку, що спровокувала недостатність інноваційного розвитку, низький рівень інвестиційної привабливості, сортову деградацію та байдужість державного апарату. Виявлено взаємозв'язок, взаємозалежність та взаємодія суб'єктів, об'єктів та інфраструктури ринку картоплі формують механізм його функціонування, який базується на таких складових елементах, як попит, пропозиція, ціна, конкуренція, а їх стан характеризують кон'юнктуру ринку. Регулювання ринку картоплі здійснюється за правилами ринкового механізму та за прямою або опосередкованою участю держави. Для ефективного функціонування ринку картоплі потрібно покращити кон'юнктуру ринку, удосконалити діючу систему ціноутворення, покращити інфраструктуру ринку, потрібно стимулювати розвиток насінництва в картоплярстві, а також будівництва картоплексовищ та ін.

Список літератури:

1. Супіханов Б.К. Розвиток ринків аграрної продукції : монографія / Б.К. Супіханов – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2009. – 538 с.
2. Політична економія: Навч. посіб. / Г.А. Оганян, В.О. Паламарчук, А.П. Румянцев та ін.; За заг. ред. Г.А. Оганяна. К. : МАУП, 2003. – 520 с.: іл. – Бібліогр.: с. 515-517.
3. Гальчинський А., Єщенко П. Економічна теорія : підручник. – К. : Вища школа, 2007. – С. 182-183.
4. Одінцов М. Формування і розвиток ринку продуктів тваринництва. / М. Одінцов. – Черкаси : Брама-Україна, 2009. – 296 с.
5. Сич З.Д. Перспективи розвитку овочівництва з точки зору можливостей поєднання технології вирощування і маркетингу // Матеріали семінару «Маркетинг – ключ до розвитку овочівництва». – К. : НАУ, 2005. – С. 8-9.
6. Щетинін А.І. Політична економія : підручник / А.І. Щетинін – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 480 с.
7. Саблук П.Т. Основні напрямки розвитку високоефективного агропромислового виробництва в Україні // Економіка АПК, 2002. – № 7. – С. 9-12.
8. Бондарчук А.А. Наукове забезпечення виробництва картоплі в Україні / А.А. Бондарчук // Картоплярство : міжвід. темат. наук. зб. – К. : Аграрна наука, 2004. – Вип. 33. – С. 3-9.
9. Мех Лариса Михайлівна. Економічний механізм формування і функціонування ринку картоплі : дис. ... на здоб. наук. ступ. канд. ек-х н-к за спец. : 08.07.02 Харків. – 2004 – 199 с.

10. Економічна теорія: Політекономія : підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2008. – 719 с.
11. Маркс К., Энгельс Ф. Анти-Дюринг. Политэкономия / Полн. собр. соч. – М. : Гос. изд-во полит. лит-ры. – издание второе, 1961. – Т. 20. – 827 с.
12. Ринок продовольства України в аспектах СОТ [Текст] : [Моногр.] / М.І. Долішній, В.І. Топіха, В.В. Булюк, В.А. Романова – Миколаїв : [б. и.], 2006. – 220 с.
13. Шпикуляк О.Г. Проблеми розвитку та регулювання аграрного ринку. / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК, 2009. – № 7. – С. 120-127.
14. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практичний посібник / за ред. П.Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 2000. – 556 с.
15. Одинцов М. Формування і розвиток ринку продуктів тваринництва / М. Одинцов. – Черкаси : Брама-Україна, 2009. – 296 с.
16. Дудар Т.Г., Дудар В.Т. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи : монографія. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 246 с.
17. Горлачук М.А., Горлачук О.А. Методологічний інструментарій оцінки функціонування аграрного ринку / М.А. Горлачук, О.А. Горлачук // Інноваційна економіка. – № 2. – 2013. – С. 325-330.
18. Осипчук А.А. Селекція картоплі в Україні з урахуванням зон вирощування / А.А. Осипчук // Картоплярство : міжвід. темат. наук. зб. – К. : Аграрна наука, 2009 – Вип. 38. – С. 30.
19. Корецька С.О. Особливості дії ринкового механізму в сучасних моделях економіки / Корецька С.О. // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=977>.

Майн В. В.

Херсонский государственный аграрный университет

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА КАРТОФЕЛЯ В УКРАИНЕ

Резюме

В статье рассматриваются особенности формирования и функционирования рынка картофеля в Украине. Автором систематизированы принципы формирования рынка картофеля, определенно главные проблемы функционирования исследуемого рынка.

Ключевые слова: рынок картофеля, субъекты рынка, объекты рынка, спрос, предложение, конкуренция, рыночная инфраструктура, государственная регуляция рынка картофеля.

Main V. V.

Kherson State Agrarian University

FEATURES OF FORMING AND FUNCTIONING OF MARKET OF POTATO ARE IN UKRAINE

Summary

In the article the features of forming and functioning of market of potato are examined in Ukraine. An author is systematize principles of forming of market of potato, certainly main problems of functioning of the probed market.

Key words: market of potato, subjects of market, objects of market, demand, suggestion, competition, market infrastructure, government control of market of potato.

УДК 334.7: 658.012

Мамонов К. А.

Пиркова О. В.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ РЕЙДЕРСТВА НА БУДІВЕЛЬНИХ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Узагальнено теоретико-методичні підходи щодо визначення рейдерства, що впливає на функціонування суб'єктів господарювання, обґрунтовано поняття «рейдерство» на будівельних корпоративних підприємствах, враховуючи особливості їх функціонування в сучасних економічних умовах України.

Ключові слова: рейдерство, недружнє поглинання, незаконне захоплення, будівельні корпоративні підприємства.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання, які характеризуються нестабільністю і відсутністю чітких тенденцій розвитку будівельної галузі, потребують переосмислення підходів до впливу негативних факторів, що гальмують «нормальне» функціонування будівельних корпоративних підприємств. У таких умовах важливого значення набуває систематизація теоретико-методичних підходів та виявлення особливостей здійснення рейдерства на цих підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні положення щодо визначення та характеристики рейдерства досліджуються у роботах: Т. Василюца [1], Т. Вейда [2], Р. Масалаба та А. Почтаренко [3], Ю. Петренко [4], О. Терещенка і О. Волошанюка [5] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Слід зазначити, що актуальність питань щодо протидії рейдерству на підприємствах обумовлена тим, що з представленим негативним явищем зіткнулись значна кількість вітчизняних підприємств, у тому числі лідерів своєї галузі: ПАТ «Дніпроенерго», ПАТ «Оболонь», «Промінвестбанк» та ін. Крім того, досить значними залишаються випадки рейдерських захоптів суб'єктів господарювання (2-2,5 тис. випадків щорічно). Слід зазначити, що Україна наближається до 60-го місця серед 70-ти країн щодо захищеності прав власності [6]. Це явище є інтернаціональним і впливає на національну безпеку держави. Зокрема, у Російській Федерації близько 17% операцій злиття і поглинання мають ознаки рейдерства, а близько 200 великих підприємств знаходяться у фокусі уваги рейдерів [2].

Отже, питання протидії рейдерству суб'єктів господарювання залишаються актуальними, а їх вирішення, особливо на будівельних корпоративних підприємствах, є своєчасними і впливають на розвиток суб'єктів господарювання і держави.

Мета статті. Метою дослідження є систематизація теоретико-методичних підходів щодо визначення рейдерства на будівельних корпоративних підприємствах, враховуючи сучасні трансформаційні умови.

Виклад основного матеріалу. В існуючих теоретико-методичних розробках відсутні єдині підходи до визначення рейдерства, як негативного явища, що впливає на функціонування підприємств. Зокрема, у нормативно-правових актах рейдерство характеризується як:

- Проект закону України «Про внесення змін і доповнень до деяких законодавчих актів щодо встановлення кримінальної відповідальності за захоплення підприємств» [7] визначено, що рейдерство – це замовлення і (або) організація нападу на підприємство, установу, організацію з метою

його захоплення, яке спричинило порушення його нормальної роботи, а також здійснення такого нападу, здійснене організованою групою;

- Ухвала Кабінету Міністрів України «Про схвалення Декларації цілей і завдань бюджету на 2008 рік (Бюджетної декларації)» [8] рейдерство як явище характеризується відчуженням державного майна і корпоративних прав поза процесами приватизації; протиправне захоплення підприємств;

- Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств» у якому визначено, що для протидії рейдерству запропоновано не забороняти судам: проводити загальні збори акціонерних товариств та господарських товариств; приймати рішення загальних зборів акціонерних товариств та господарських товариств; надавати емітентом, зберігачем та депозитарієм реестру власників іменних цінних паперів, інформацію про акціонерів або учасників господарського товариства для проведення загальних зборів товариства; вирішувати щодо участі (реєстрацію для участі) чи неучасті акціонерів або учасників у загальних зборах товариства, органами державної влади здійснювати покладені на них повноваження [9];

- Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про третейські суди» визначені напрями щодо протидії рейдерству і унеможливленню участі третейських судів у рейдерських захопленнях [10];

- Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо визначення підсудності справ з питань приватизації і корпоративних спорів», у якому врегульовані питання вирішення спорів, пов'язаних із діяльністю суб'єктів господарювання [11].

У електронній енциклопедії Вікіпедія рейдерство (вид англ. raid набіг або raider нальотчик) визначається як недружнє поглинання підприємства проти волі його власників, які мають переважне положення на цьому підприємстві. Здійснення захоплення бізнесу шляхом рейдерства характеризується як «рейдерське захоплення» [12].

Характеризуючи рейдерство та особливості його впливу на підприємства, В. Горбов фокусує увагу на діях (функціональних ознаках), які спрямовані на скуповування контрольного пакету акцій компанії без будь-якого узгодження з акціонерами та менеджментом компанії [13]. Розділяючи положення представленого підходу Н. Касьяненко, вказує на те, що рейдерство це процес недружнього поглинання організації будь-якої форми власності за допомогою спеціально ініційованої корпоративної суперечки з використанням адмі-

ністративних та корупційних ресурсів, технологій та хищення акцій та різноманітних шахрайських схем, а також трактуванням на свою користь неоднозначних положень нормативних та законодавчих актів [13].

С. Москаленко визначає рейдерство як інструмент захоплення суб'єктів господарювання, що складається із сукупності юридичних, психологічних, економічних, військово-спортивних методик та технологій [14].

На противагу від попереднього підходу, М. Іонцев розглядає рейдерство з позиції забезпечення контролю над компанією або активом як в юридичному, так і фізичному значенні всупереч волі менеджменту та/або власника цієї компанії або активу [13].

О. Полушкін фокусує уваги на видах рейдерства, зокрема, на «недружньому поглинанні», «корпоративному шантажі», «незаконному встановленню контролю над підприємством» [15]. У цьому контексті О. Кальман та А. Погорецький визначають термін «кримінальне рейдерство», який характеризується захопленням активів

підприємства та використанням незаконних методів [16].

У зарубіжній практиці корпоративного управління США і Західної Європи рейдерство визначається з позиції дій конкретної особи (рейдера), який спрямовує зусилля на активне придбання акцій іншої компанії з метою її поглинання на основі отримання контрольного пакета.

Висновки і пропозиції. Таким чином, у результаті систематизації теоретико-методичних підходів визначено, що рейдерство на будівельних корпоративних підприємствах представляє собою комплекс незаконних дій, які складаються із сукупності економічних, юридичних, психологічних, силових інструментів, що впливають на фінансовий, репутаційний, ринковий, виробничий та ін. стан суб'єктів господарювання і призводять до часткової або повної втрати прав на володіння активами і джерелами фінансування будівельних корпоративних підприємств, захоплення об'єктів будівництва, поглиблення дисбалансів щодо взаємодії із різними групами зацікавлених осіб, зростання конфліктів інтересів із замовниками.

Список літератури:

1. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В., [за ред. Т.Г. Васильціва]. – Львів : ВИДАВНИЦТВО, 2012. – 386 с.
2. Wiede T. Raider auf Russisch // Spiegel. – 2006. – № 2.
3. Масалаб Р.М. Роль держави у боротьбі з рейдерством // Економіческие проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины : сб. науч. тр. // Р.М. Масалаб, А.В. Почтаренко. – Донецк, 2007. – С. 40-41.
4. Петренко Ю. М. Рейдерство як сучасна тенденція розвитку ринку в Україні / Ю. М. Петренко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. тез доповідей ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції (9–10 листопада 2006 р.). Частина 2. – Суми : УАБС НБУ, 2006. – С. 21–22.
5. Фінансові доміанти реструктуризації підприємств. – Терещенко О. О., Волошанюк Н. В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://firearticles.com/finansy-pidpryemstv/7-finansovi-dominanti-restrukturizaciyi-pidpriyemstv-tereshhenko-oo-voloshanyuk-nv.html>.
6. Украина заняла 162-е место из 183 в рейтинге экономических свобод. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://rus.newsru.ua/finance/20jan2010/>.
7. Проект закону України «Про внесення змін і доповнень до деяких законодавчих актів щодо встановлення кримінальної відповідальності за захоплення підприємств» від 13.03.2007.
8. Ухвала Кабінету Міністрів України «Про схвалення Декларації цілей і завдань бюджету на 2008 рік (Бюджетної декларації)» від 05.03.2008.
9. ВРУ прийняла закон щодо протидії рейдерству [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.afp.org.ua/ua/press/news/7883/8853.html>.
10. Про третейські суди. Закон України від 11 травня 2004 року № 1701-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1701-15/page2>.
11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо визначення підсудності справ з питань приватизації і корпоративних спорах : Закон України від 15 грудня 2006 року № 483-V [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/483-16>.
12. Рейдерство (бизнес) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Рейдерство_\(бизнес\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Рейдерство_(бизнес)).
13. Касьяненко Н.С. Недружественные поглощения (рейдерство) организаций в России // Вестник Челябинского государственного университета Экономика. – 2009. – Вып. 18. – С. 119-124.
14. Москаленко С. Рейдерство: загальна характеристика, окреслення проблеми та шляхи боротьби / С. Москаленко // Практика. – 2007. – № 3(57). – С. 112-117.
15. Полушкін О.А. Рейдерство: пути решения актуальных проблем / О.А. Полушкін // Закон и право. – 2008. – № 2. – С. 61-65.
16. Кальман О.Г. Рейдерство: причины та заходи протидії / О.Г. Кальман, М.А. Погорецький // Закон и право. – 2008. – № 3. – С. 84-88.

Мамонов К. А.

Пыркова О. В.

Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А. Н. Бекетова

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РЕЙДЕРСТВА
НА СТРОИТЕЛЬНЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Резюме

Обобщены теоретико-методические подходы к определению рейдерства, которое влияет на функционирование субъектов хозяйствования, обосновано понятие «рейдерство» на строительных корпоративных предприятиях, учитывая особенности их функционирования в современных экономических условиях Украины.

Ключевые слова: рейдерство, недружественное поглощение, незаконный захват, строительные корпоративные предприятия.

Mamonov K. A.

Pyrkova O. V.

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF RAIDING
FOR BUILDING CORPORATE COMPANIES**

Summary

Summarizes the theoretical and methodological approaches to the definition of raiding, which affects the functioning of the business entities, justified the concept of «raiding» for building corporate enterprises, given the peculiarities of their functioning in the current economic conditions in Ukraine.

Key words: raiders, hostile takeover, unlawful seizure, building corporate enterprises.

УДК 336.711

Марич М. Г.

Буковинський державний фінансово-економічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Проаналізовано сутність поняття глобалізації, наведено індекси глобалізації різних країн, визначено позитивні та негативні наслідки глобалізації, визначено концептуальні напрями трансформації банківської діяльності під впливом глобалізації. Структуризовано процеси інтеграції міжнародних фінансових відносин (мікрорівень, макрорівень, мегарівень).

Ключові слова: глобалізація, регіоналізація, індекс глобалізації, мікрорівень, макрорівень, мегарівень.

Постановка проблеми. Активізація глобалізаційних процесів відбулася під впливом формування сучасної політичної картини світу, а саме геополітичної ситуації, яка стала результатом реставрації капіталізму в більшості країн соціалістичного табору наприкінці ХХ ст. Це призвело світову спільноту до втрати політичної (і ширше – культурної) біполярності, пов'язаної з відносним балансом, що мав місце між соціалістичними і капіталістичними країнами. За порівняно короткий період біполярність світу все більше поступається місцем однополярності, тенденція до якої сучасного світу й отримала назву глобалізації.

Суттєвий зміст поняття «глобалізація» багатогранний і у найширшому сенсі під ним розуміють переростання національних і регіональних проблем у загальносвітові та формування нового господарського, соціального і природно-біологічного глобального середовища. Конкретними сферами глобалізації є економіка, науково-технічні технології, етичні цінності (глобальна етика), нові загрози міжнародній стабільності та безпеці (міжнародний тероризм, транснаціональна злочинність, глобальне розповсюдження зброї масового знищення) та ін.

У процесі дослідження такого складного явища, як глобалізація, найбільш конструктивним видається підхід, за яким сутність процесу визначається через виявлення складових і характерних особливостей його прояву.

Так, за критеріями Світового Банку, глобалізація характеризується такими рисами:

- інтернаціоналізація господарського життя, яка почалася з обміну товарами;
- становлення і розвиток міжнародних фінансових ринків;
- міжнародний обмін технологіями;
- об'єднання культур;
- глобалізація політичних процесів.

Слід зазначити, що здебільшого глобалізація сприймається як явище виключно негативне, яке несе в собі загрозу існуванню макро- та мікросистем країн та можливості їх поглинання світовими корпораціями. Однак, якщо розглянути глобалізацію як потужний стимул прогресу економіки, науки, техніки й технологій, міжнародних відносин та інших сфер діяльності, то стає зрозумілим, що глобалізація – це явище із дуалістичними проявами. Тому ефективність функціонування в умовах такої суперечливості залежить виключно від того, наскільки зрозумілими є тенденції глобалізації та здатності підхопити саме ту її хвилю, яка здатна підняти економіку на якісно новий рівень розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками спостерігається чималий інтерес з боку економістів, соціологів, політологів та

інших вчених до питань природи глобалізації, її проявів, впливу на різні системи, подальшого розвитку та інше. У той самий час, проблеми глобалізації всесвітньої банківської системи та її впливу на фінансово-кредитний сектор України є, на наш погляд, недостатньо висвітленими у працях вітчизняних вчених, присвятивши цьому актуальному питанню, зокрема: В.М. Гець, О.В. Барановський, І.В. Бураковський, Г.А. Крамаренко, С.І. Соколенко, П.І. Гайдуцький, Д.Г. Лук'яненко, Н.В. Стукало, Н.М. Шелудько.

У той же час зарубіжні вчені більш активно досліджують дані процеси стосовно фінансово-кредитних систем власних країн, серед найбільш відомих праць слід відмітити роботи таких вчених, як Дж. Сорос, М. Філдстайн, Ч.Хориока, Р. Бертрам, Х. Дерих, М. Енг, Л. Мауер, М. Обстфельд, Г.Белоглазова, О. Лаврушин та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Серед проблем, породжених динамізмом глобалізаційних процесів, чи не найважливішим і найбільш дискусійним залишається передбачення впливу та наслідків глобалізації для світової спільноти та окремих країн.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є необхідність з'ясування кількісного вимірювання ступеня розвитку глобалізаційних процесів, тенденції в освоєнні вітчизняного банківського сектору іноземними банківськими групами, виявлення позитивних та негативних наслідків такої діяльності та формулювання пропозицій щодо подальшого управління процесом розвитку.

Виклад основного матеріалу. З погляду особливостей прояву глобалізації в економічній сфері виокремлюють три основні напрями [1, с. 210].

I. Міжнародна торгівля: товарами; послугами; технологіями; об'єктами інтелектуальної власності.

II. Міжнародні фінансові операції: кредити приватних, державних міжнародних організацій; операції з цінними паперами – акціями, облігаціями та іншими фінансовими інструментами; фінансові операції – ф'ючерсні, форвардні та опціоні.

III. Міжнародний рух чинників виробництва – капіталу і праці.

Близькою є позиція, за якою до сутнісних чинників глобалізації, віднесено такі, як рух товарів, капіталу та людей між країнами і секторами, спричинений потребою реалізації економічних функцій, валютні операції і рух інтелектуальної продукції між дослідницькими осередками [2, с. 7]. Проте не завжди безперешкодне функціонування міжнародного ринку капіталів і зняття обмежень у фінансовій сфері активізує фінансову інтеграцію ринків, дозволяючи внутрішній нормі інвестицій значно відхилитися від норми заощаджень. Цю тенденцію пояснює так званий парадокс Фільштейна-Харіока, суть якого поля-

гає у тому, що між внутрішніми заощадженнями і внутрішніми інвестиціями існує висока кореляція. Відтак, учені дійшли висновку, що фінансові ринки прагнуть не до експорту надмірного капіталу, а до споживання надлишку заощаджень на внутрішньому ринку, що частково спростовує твердження про всеосяжну фінансову інтеграцію ринків [3-5].

Важливим аспектом досліджуваної проблеми, на якому варто зупинитися, є кількісне вимірювання ступеня розвитку глобалізаційних процесів. У світовій практиці для цього використовується індекс глобалізації, за допомогою якого оцінюється ступінь залучення в інтеграційні процеси різних країн світу, де сукупно проживає більша частина населення планети. На цей час розроблено дві системи кількісного і якісного вимірювання ступеня глобалізації, кожна з яких дає змогу щорічно розраховувати індекс глобалізації країни. Першу систему розробив швейцарський Інститут дослідження бізнесу (KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH Zurich), другу – Міжнародна організація Carnegie Endowment for International Peace (CEIP).

За першою системою (система KOF) індекс розраховується для 123 країн світу [6, с. 32], за другою (система CEIP) – для 62 [7, с. 45]. Індекс глобалізації за системою KOF визначається за трьома категоріями, або інтеграційними «пулами»: економічним, політичним і соціальним – і обчислюється як сума цих трьох індексів, зважених за відповідними коефіцієнтами. У цій системі додатково використовуються показники портфельних інвестицій у вигляді абсолютних сум їх припливу і відпливу, а також доходи нерезидентів у формі заробітної плати або прибутки від інвестицій, виражені у відсотках до ВВП.

За системою CEIP індекс визначається з урахуванням 12 позицій, поділених на чотири інтегровані корзини, які обчислюються як сума складових із рівними ваговими коефіцієнтами: економічна корзина, або економічна інтеграція; персональна корзина, або інтенсивність міжособистісних контактів; політична корзина, або рівень залучення країни у світові політичні процеси; технологічна корзина, або якість та кількість використання технічних систем зв'язку.

Порівняння індексів глобалізації окремих країн за системами KOF і CEIP показує, що вони можуть суттєво відрізнятися для однієї і тієї ж країни, наприклад для США майже вдвічі (табл. 1).

Таблиця 1
Індекс глобалізації для окремих країн за системами KOF і CEIP станом на 01.01.2013 р.

№ з/п	Назва країни	Рейтинг за системою KOF	Рейтинг за системою KOF CEIP
1	Люксембург	1	Не визначено
2	Гонконг	2	Не визначено
3	Ірландія	3	3
4	Нідерланди	4	4
5	Сінгапур	5	1
6	США	28	52

За результатами вивчення поглядів науковців можна виділити дві групи.

Перші вважають, що глобалізація приводить до уніфікації економічних, політичних, культурних систем у всьому світі та стимулює розвиток сегментів єдиного світового ринку за єдиним вектором [8, с. 245].

Інші дотримуються думки, що глобалізація є діалектичним явищем і певні економічні події в окремому регіоні викликають протилежні явища у інших, а тому глобалізація не впливає на національні особливості країн у соціально-економічній сфері [9].

На нашу думку, в умовах глобалізації кожна країна повинна реалізовувати таку структурну політику, щоб потрапити в категорію країн, які «глобалізуються», рухатися у напрямі світової структурної динаміки, дотримуючись при цьому еталонної траєкторії світового структурного розвитку, але за умови збереження національних особливостей. Зараз уже цілком очевидно, що в сучасному світі жодна національна економіка не може існувати відокремлено, відірвано від інших держав, від світового господарства, яке переплелось в єдину світову економіку, котра за своєю суттю перетворилася в складну закриту планетарну систему.

Проведене дослідження дозволяє визначити глобалізацію як комплексне явище, що відображає сукупний ефект взаємодії різноманітних процесів, пов'язаних зі зростанням потоків капіталу, товарів, робочої сили, інформації, які перетинають національні кордони. Це дає підстави розглядати глобалізацію як кумулятивний процес перетворення національних економік (національних держав) у структурно пов'язані сегменти єдиного світового простору. Вважаємо, що глобалізацію слід трактувати як вектор світового структурного розвитку, тобто єдиний напрям економічного розвитку будь-якої країни у межах закритої планетарної економіки з позицій вибору ефективної стратегії соціально-економічного розвитку, спрямування якої полягає в максимізації позитивних і мінімізації негативних наслідків глобалізаційних процесів.

До позитивних наслідків глобалізації можна віднести такі: вільний рух трудових ресурсів та переміщення капіталу, активний розвиток міжнародних фінансових ринків і міжнародної торгівлі і, як наслідок, посилення конкуренції, поширення технологій і їх інтенсивне використання. Негативною стороною глобалізації є збагачення окремих країн за рахунок країн, що розвиваються, фінансові піраміди (понад 90% капіталу у світі – це спекулятивний капітал), збільшення диференціації доходів між країнами, посилення фінансової залежності країн, які розвиваються, що виявляється, насамперед, у збільшенні зовнішніх боргів останніх, суттєве зростання різновидів та рівня ризиків.

У зв'язку з використанням нових банківських технологій експерти чекають у найближчі десятиліття кардинальних змін у взаєминах банків і клієнтів. У деяких західних країнах ці зміни вже почалися, зокрема, з появою так званих дистанційних банків. Дистанційний банк, використовуючи телефонні канали зв'язку і комп'ютерні технології, надає своїм клієнтам три види класичних банківських послуг: управління платіжними засобами, кредитування і управління заощадженнями.

Сьогодні інформаційні і комунікаційні технології все ширше використовуються для залучення клієнтів, фінансові послуги активно пропонуються через Інтернет, а фізичні контакти банків з клієнтами поступово витісняються електронною поштою і зв'язками через комп'ютерні мережі. Це дозволяє добитися більшої індивідуалізації пропозиції банківських продуктів і послуг і надавати їх клієнтам в будь-якому місці та у будь-який час

на його запит. У зв'язку з цим учені, експерти, практики все частіше ведуть мову про формування нової концепції віртуального банку, заснованого на інформаційних і комунікаційних технологіях.

За результатами узагальнення розглянутих напрямів трансформації банківської діяльності в епоху глобалізації здійснено їх систематизацію (рис. 1). Вплив глобалізаційних процесів на національні банківські системи проявляється на двох рівнях: на макрорівні – через зміни у діяльності центральних банків і на мікрорівні – через реструктуризацію і трансформацію діяльності ділових банків.

На макрорівні такі зміни зумовлюють еволюцію цілей і завдань центральних банків, коригування грошово-кредитної політики в напрямі переходу до режиму таргетування інфляції, впровадження політики прозорості, розробку механізмів запобігання та подолання кризових явищ у банківській діяльності, удосконалення регулювання та нагляду за діяльністю ділових банків.

На мікрорівні вплив глобалізації проявляється у реструктуризації національних банківських систем через активізацію операцій злиття, придбання та поглинання банків, концентрацію банківського капіталу, впровадження глобальних інноваційних технологій, появу нових банківських послуг і технологій, зокрема таких, як дистанційний банкінг.

Процес фінансової глобалізації і формування «світової банківської індустрії», на думку деяких економістів [10], сприяють стандартизації національних банківських систем і появі єдиної, домінуючої моделі банку. Так, французький банкір Х. де Кармуа вважає, що такою моделлю стане банк, який орієнтується виключно на максимізацію доходів акціонерів, або «банк-дивіденд» (*banque-dividende*) [10]. Такі банки з'явилися в США в 1980-ті рр., у Великобританії в 1990-ті після реструктуризації банківської системи, а їх головним стратегічним завданням стало захоплення прибуткових сегментів банківського ринку.

До пріоритетних завдань потрапили також ретельний контроль витрат і прибутковості операцій, встановлення гранично точних тарифів на послуги, прозорість бухгалтерської звітності, оптимізація розмірів банку в ході процесу концентрації. Все це дозволяє розраховувати в тривалій перспективі на високий рівень прибутковості власного капіталу (до 15–20 %).

Однак такі погляди поділяють не всі вчені. Так, зокрема, Д. Пліон вважає концепцію Х. де Кармуа недостатньо обґрунтованою, вказуючи на недоказовість тез про оптимізацію розміру банку на основі процесу концентрації, про рівень прибутковості і про неминучість домінування в майбутньому такої моделі банку. Як справедливо зазначає Д. Пліон, класичне положення економічної теорії про те, що концентрація забезпечує компаніям домінуючі позиції на ринку і економію на масштабах виробництва, не застосовне до банків через специфіку їх діяльності [10]. Бурхливий процес формування мегабанків в останні десятиліття створює лише ілюзію оптимізації розмірів банків.

Сучасні дослідження показали, що панівні позиції банку на ринку визначаються не стільки його величиною і чисельністю конкурентів, скільки можливістю вільного доступу на ринок і

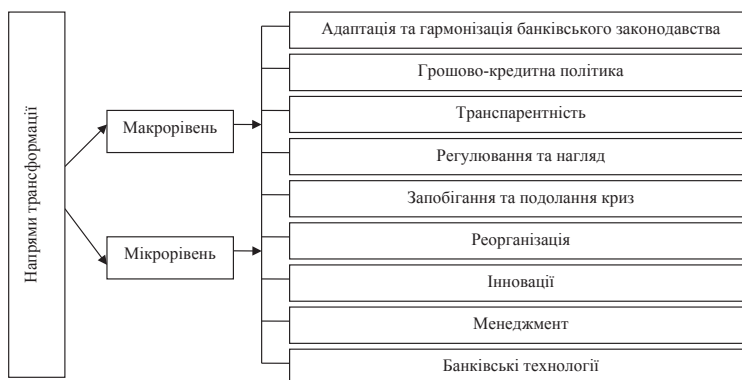


Рис. 1. Концептуальні напрями трансформації банківської діяльності під впливом глобалізації

виходу з нього. Крім того, принцип економії на масштабах не можна поширювати на всі види банківської діяльності, оскільки багато банківських послуг і продуктів не піддаються аналізу з погляду витрат. Банки можуть підвищувати прибутковість за рахунок розширення клієнттури і диверсифікації своєї діяльності ефективніше, ніж через збільшення своїх розмірів.

Важливо звернути увагу й на те, що позитивний і негативний вплив глобалізації тісно пов'язані між собою. Так, процеси глобалізації світового господарства посилюють конкуренцію між державами, що можна оцінювати як негатив. Разом з тим присутність на території тієї або іншої держави транснаціональних корпорацій сприяє зростанню інвестицій, створенню нових робочих місць, збільшенню податкових надходжень у національний бюджет, підвищенню конкурентоспроможності країни, що однозначно слід розцінювати як позитивний вплив. Тому вивчення наслідків глобалізації пропонуємо проводити в трьох основних напрямках, що відображають внутрішню логіку суперечливого розвитку світової економіки як системи, а саме: фінансово-економічному, соціально-політичному та інформаційному.

Вважаємо, що в процесі дослідження феномену глобалізації як основної тенденції світових трансформаційних процесів доцільно дотримуватися логіки розвитку світової економіки як єдиної системи, у межах якої практично не існує економічної відокремленості держав; активізується обмін продуктами праці і науково-технічними досягненнями; виробництво стає інтернаціональним, виникають міжнародні компанії-монополісти; з'являється міжнародний капітал, що вільно переміщується між країнами.

Однією з найважливіших сфер прояву глобалізаційних процесів є фінансова глобалізація, під якою розуміють вільний та ефективний рух капіталів між країнами і регіонами, функціонування глобального фінансового ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізацію глобальних фінансових стратегій транснаціональних корпорацій (ТНК). Розвиток фінансової глобалізації забезпечує розширення кредитно-інвестиційної діяльності транснаціональних корпорацій і банків, формування міжнародних фінансових ринків.

Структуризація процесів інтеграції міжнародних фінансових відносин, полягає у виокремленні трьох рівнів її прояву (мікрорівень, макрорівень, мегарівень) та відповідних форм інтеграційних процесів. На мегарівні інтеграція фінансового сектору набуває форми глобалізації, тобто створення об'єднаного світового економічного простору, в

межах якого виникає єдиний глобальний відтворювальний процес. На макрорівні інтеграційні процеси набувають форми регіоналізації – інтеграційного процесу на рівні національних ринків зі схожими макроекономічними і структурними показниками розвитку економік (об'єднання на рівні країн регіону), в результаті якого межі країн регіону поступово стираються, країни втрачають свою відокремленість, формується єдиний економічний простір на території даного регіону, який поступово розширюється.

На мікрорівні фінансова інтеграція набуває форми операцій злиття, придбання та поглинання – об'єднання фінансових компаній, у т.ч. й банківських установ. Активний процес реалізації цих операцій на національному і міжнародному рівнях привів до виникнення банків світового масштабу, які надають широкий спектр фінансових послуг і пропонують різноманітні банківські продукти. Операції злиття забезпечили банківським установам відносну фінансову стабільність, зменшення рівня чутливості до

ринкової кон'юнктури, можливість протистояти ринковим коливанням і циклічним спадам в економіці, підвищили рівень стійкості банків до короткострокових ризиків.

Висновки і пропозиції. Вплив глобалізаційних процесів на національні банківські системи проявляється на двох рівнях: на макрорівні – через зміни у діяльності центральних банків і на мікрорівні – через реструктуризацію та трансформацію діяльності ділових банків. На макрорівні такі зміни зумовлюють еволюцію цілей і завдань центральних банків, коригування грошово-кредитної політики та механізмів її реалізації, широке впровадження політики прозорості, реформування банківського нагляду. На мікрорівні вплив глобалізації проявляється у реструктуризації національних банківських систем через активізацію операцій злиття, придбання та поглинання банків, концентрацію банківського капіталу, впровадження глобальних інноваційних технологій, появу нових банківських послуг, зокрема таких, як дистанційний банкінг.

Список літератури:

1. Бураковський І.В. Глобальна фінансова криза: уроки для світу та України [Текст] / І.В. Бураковський, О.В. Плотніков. – Харків : Фоліо, 2011. – 299 с.
2. Гайдучкий П.І. Глобалізація економічної рецесії та фінансової нестабільності [Текст] / П.І. Гайдучкий, К.В. Паливода // Фінанси України. – 2013. – № 1. – С. 24-32.
3. Колодко Г. Глобализация и экономический рост / Г. Колодко // Мир перемен. – 2012. – № 1. – С. 140.
4. Колтунов В.М. Глобализация экономики (вопросы теории и методологии) / В. М. Колтунов, К. В. Мальцев. – Новгород : Изд-во ВВАГС, 2012.
5. Луцишин, З.О. Сутність і тенденції розвитку світового фінансового середовища [Текст] / З.О. Луцишин // Вісник НБУ. – 2011. – № 4. – С. 49-50.
6. Мозговий О. Глобальна фінансова криза: теорія і практика подолання наслідків фінансових потрясінь [Текст] / О. Мозговий, Н. Стукало // Ринок цінних паперів України. – 2010. – № 11. – 12. – С. 31-36.
7. Орлова Н. Особливості розвитку світового фінансового ринку в умовах глобалізації / Н. Орлова, А. Свечкіна // Схід. – № 5(83). – 2012.
8. Філіпенко А.С. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть [Текст] / А.С. Філіпенко, В.С. Будкін, А.С. Гальчинський. – К. : Либідь, 2009. – 470 с.
9. Офіційний сайт «KOF Index of Globalization» / <http://globalization.kof.ethz.ch/>.
10. Global Economic Prospects/ Commodities at the Crossroads. 2009. – Washington. The International Bank for Reconstruction / The World Bank. 196 p. [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.worldbank.org>.

Марич М. Г.

Буковинський державний фінансово-економічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ТРАНСФОРМАЦИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГЛОБАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Резюме

Проанализирована сущность понятия глобализации, приведены индексы глобализации различных стран, определены положительные и отрицательные последствия глобализации, определены концептуальные направления трансформации банковской деятельности под влиянием глобализации. Структурированы процессы интеграции международных финансовых отношений (микроуровень, макроуровень, мегауровень).

Ключевые слова: глобализация, регионализация, индекс глобализации, микроуровень, макроуровень, мегауровень.

Marich M. G.

Bukovina State Finance and Economics University

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF TRANSFORMATION OF BANKING ACTIVITIES IN THE GLOBAL ENVIRONMENT

Summary

Analyzed the essence of globalization, are global indices of different countries, defined positive and negative consequences of globalization, defined areas of conceptual transformation of banking under the influence of globalization. Structured processes of integration of international financial relations (micro level, macro level, meha level).

Key words: globalization, regionalization, globalization index, micro level, macro level, meha level.

УДК 339.138:005.41

Фірсова С. Г.

Мельник І. А.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТЕОРІЇ: УКРАЇНСЬКИЙ ВИМІР

У статті розглядаються підходи зарубіжних та вітчизняних вчених до періодизації маркетингу. Охарактеризовано сучасні маркетингові концепції, зокрема холистичний маркетинг та його складові. Визначено концепцію, на основі якої відбувається розвиток маркетингу в Україні.

Ключові слова: інноваційний маркетинг, латеральний маркетинг, маркетинг 3.0, періодизація маркетингу, холистичний маркетинг.

Постановка проблеми. Швидка зміна умов господарювання, пов'язана із стрімкою плінністю факторів ринкового середовища, посиленням конкуренції на національних та міжнародних ринках, інтенсифікацією процесів економічної глобалізації змушує підприємства вдаватися до новітніх маркетингових прийомів та застосовувати інноваційні концепції маркетингу, здатні принести успіх на динамічному ринку. Це зумовлює постійний розвиток маркетингу як наукового напрямку та практичної діяльності, перехід від однієї концепції до іншої, появу нових підходів та напрямів. Базові принципи маркетингу пристосовуються до нових реалій економіки, до змін у запитах суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція маркетингу та її еволюція розглядаються у дослідженнях таких учених, як Г. Багієв, Л. Балабанова, А. Войчак, С. Гаркавенко, К. Келлер, Н. Кореняк, Ф. Котлер, Г. Крилова, Ж. Ламбен, Т. Маслоу, Л. Мельниченко, Т. Нечаєва, А. Павленко, А. Панкрухін, І. Синяєва, М. Соколова, В. Черенков та ін.

Концептуальні основи холистичного маркетингу були закладені у працях Ф. Котлера, К. Л. Келлера, А. Павленка, у яких досліджено сутність холистичного маркетингу, його специфіку та структуру. Окремі аспекти концепції холистичного маркетингу знайшли своє відображення у працях таких вчених, як І. Булах, Н. Герасим'як, В. Євтушенко, Т. Загорна, С. Ілляшенко, О. Криковцев, О. Лабурцева, О. Олефіренко. Найбільший внесок у розвиток концепції інноваційного маркетингу зробили дослідження Н. Ілляшенко, С. Ілляшенка, Л. Мельника, П. Перерви, О. Прокопенко, О. Телетова та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В економічній літературі продовжують тривати дискусії з приводу періодизації розвитку маркетингу. Серед вчених не існує єдиної думки щодо визначення сучасної парадигми маркетингу, що формується в умовах інформатизації та глобалізації діяльності компаній, та її складових. Крім того, потрібно звернути увагу на те, що розвиток маркетингу відбувається нерівномірно в різних економічних системах.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження існуючих підходів до періодизації маркетингу, сучасних маркетингових концепцій та визначення етапу розвитку, на якому знаходиться сучасний маркетинг в Україні.

Виклад основного матеріалу. Маркетинг як галузь науки перебуває у стані постійних перетворень та розвитку. Зі зміною ринкової кон'юнктури, запитів споживачів, під впливом процесів глобалізації змінюються і концепції маркетингу. При цьому основний тренд теорії

маркетингу останніх 50 років полягає у переході від маркетингу угод (transaction marketing) до маркетингу відносин (relationship marketing).

У науковій літературі не існує єдиного підходу до періодизації маркетингу. Використовуючи в якості етапів розвитку теорії «декади Котлера», можна стверджувати, що періодизація маркетингу розпочинається з 1950-х років. У цей період економічна діяльність США територіально поширювалась за межі американського континенту, а країни Європи та Японія вживали заходів для відновлення господарства після Другої світової війни. Стимулом для розвитку маркетингової теорії стала міжнародна конкуренція. Результатом теоретичних досліджень у сфері маркетингу протягом цього десятиліття є концепції [1]:

– концепція маркетинг-міксу Н. Бордена (1950 р.);

– концепція життєвого циклу товару Дж. Діна (1950 р.);

– концепція іміджу бренду С. Леві (1955 р.);

– концепція сегментації ринку В. Сміта (1956 р.);

– маркетингова концепція Дж. МакКиттерика (1957 р.);

– маркетинговий аудит А. Шукмана (1959 р.).

Розвиток теорії маркетингу активно продовжується у 60-ті роки ХХ століття, що характеризуються значним підйомом світової економіки. Досягненнями цього періоду стала поява:

– маркетингової парадигми 4Р Дж. МакКарті (1960 р.);

– концепції психографічного аналізу У. Лазера (1963 р.);

– теорії поведінки споживачів Дж. Ховарда і Дж. Шета (1967 р.);

– розширеної концепції маркетингу С. Леві та Ф. Котлера (1969 р.), що значно збільшила сферу застосування маркетингу: використання маркетингових інструментів не тільки до товарів та послуг, але й до організацій, особистостей, ідей.

1970-ті роки – час економічних криз та потрясінь. Цей період приніс у теорію маркетингу такі нові концепції [1]:

– соціальний маркетинг Ф. Котлера та Г. Зальцмана (1971 р.);

– демаркетинг С. Леві та Ф. Котлера (1971 р.);

– концепція позиціонування Е. Райса та Дж. Траута (1972 р.);

– стратегічний маркетинг (початок 1970-х років);

– макромаркетинг (початок 1970-х років);

– маркетинг послуг Л. Шостака (1977 р.).

Відділення маркетингу послуг від маркетингу товарів стало однією з передумов переходу до маркетингу відносин – якісно нового етапу розвитку даної теорії.

Період 1980-х років характеризується явищами стагнації та стагфляції у національних економіках. Вимогою часу стали нові концепції маркетингу, які, з одного боку, задовольняли умови «в'ялої» економіки, з іншого – свідчили про продовження еволюції маркетингу:

- інтернальний маркетинг К. Гренруса (1981 р.);
- директ-маркетинг (початок 1980-х років);
- згодом цей напрям перейде на якісно новий рівень
- інтернет-маркетинг;
- глобальний маркетинг Т. Левітта (1983 р.);
- локальний маркетинг (середина 1980-х років);

– партизанський маркетинг Дж. Левінсона (середина 1980-х років) [2, с. 14];

– маркетинг відносин Б. Джексона (1985 р.), що є, на нашу думку, базовою маркетинговою концепцією нового періоду еволюції маркетингу. Концепція набула значного поширення під впливом розуміння важливості людського фактору та орієнтації на споживача, а саме під впливом появи п'ятої «Р» – *people*. На відміну від маркетингу угоди, що має короткострокову орієнтацію і спрямований на миттєві продажі, маркетинг відносин зосереджує увагу на встановленні тривалих та конструктивних зв'язків з покупцями [3, с. 83].

Таким чином, у 80-ті роки ХХ століття спостерігалась тенденція до розвитку теорії та практики маркетингу одночасно у двох діаметрально протилежних напрямках: у сторону глобалізації та локалізації.

Етапи розвитку маркетингу відрізняються у працях російських вчених. Власний варіант періодизації еволюції маркетингу (також з використанням «декад Котлера» як основного часового відрізка) запропонувала Т. Нечаєва. Вона виділила такі етапи розвитку маркетингу [1, с. 11]:

- 1) пасивний маркетинг з орієнтацією на виробництво (до 1940-х років);
- 2) організаційний маркетинг з орієнтацією на збут (1950-1960 рр.);
- 3) активний маркетинг з орієнтацією на споживача (1960-1970 рр.);
- 4) соціально-етичний та стратегічний маркетинг з орієнтацією на середовище і суспільство (1980-1990 рр.).

Підхід Т. Нечаєвої близький до періодизації маркетингу Ж.-Ж. Ламбена, який виділяє три форми маркетингу, що послідовно змінювали одна одну: пасивний, операційний та активний, або стратегічний.

Відрізняється підхід до періодизації маркетингу А. Панкрухіна. Вчений розглядає такі періоди розвитку маркетингової теорії [4, с. 16]:

1. Початок ХХ ст. – середина 1930-х років. Характеризується спрямованістю маркетингу на збут та пріоритетністю виробника.

2. Середина 1930-х – середина 1980-х років. У цей час відбувається переміщення фокусу із сфери продажів на споживача.

3. Середина 1980-х – дотепер. Переорієнтація маркетингової діяльності на задоволення інтересів виробників, споживачів та суспільства.

Ґрунтовним є дослідження еволюції маркетингу Л. М. Мельниченко. Вона виділяє три етапи розвитку маркетингового управління [5, с. 99].

1. Донауковий (інтуїтивний) етап формування маркетингового інструментарію. Даний період тривав до початку ХХ століття, коли маркетинг отримав статус прикладної теорії та самостійної навчальної дисципліни.

2. Етап формування і розвитку концепцій управління маркетингом (початок – середина ХХ століття). У цей період маркетинговий інструментарій використовувався практично у всіх країнах світу, де мали місце ринкові відносини. Поширеними були концепції вдосконалення виробництва, вдосконалення товарів та інтенсифікації комерційних зусиль, а сам маркетинг розглядався з наступних позицій:

- як управлінська концепція у межах відділу маркетингу, а не організації в цілому;
- як функціональна інфраструктура, підпорядкована інтересам виробництва і збуту продукту, а не потребам цільового ринку;
- як системний інструментарій, що впливає на споживачів та збільшує їх купівельну активність.

Як бачимо, на цьому етапі маркетинг залишається тактичним, а не стратегічним та орієнтованим на ринок.

3. Формування та розвиток концепцій маркетингового управління суб'єктом (з 50-х років ХХ століття до сьогодні). До цього етапу Л. М. Мельниченко відносить наступні концепції: маркетингу (П. Друкер), освіченого маркетингу (Ф. Котлер), маркетингового управління (Ф. Котлер), конкурентної раціональності (П. Діксон), стратегічного маркетингу (Ж.-Ж. Ламбен), мегамаркетингу (Ф. Котлер) [6, с. 14].

Перелік концепцій маркетингу, виділений Ф. Котлером, доповнила І. М. Синяєва. Вона висунула припущення, що сьогодні в умовах динамічного розвитку економіки сформувалась і розвивається концепція маркетингу нових ідей, що полягає у необхідності постійного пошуку, створенні та представленні громадськості новинок, не зважаючи на великий ризик, адже є шанси, що вони отримають суспільне визнання та значний попит [7, с. 34].

Н. М. Кореняк у якості шостої, сучасної концепції маркетингу (крім п'ятірки концепцій, визначених Котлером), пропонує концепцію маркетингу взаємодії, що спрямована на задоволення потреб покупців, інтересів партнерів та держави у процесі їх комерційної і некомерційної взаємодії [5, с. 99].

Внесок у дослідження еволюції маркетингу зробили і українські вчені. Зокрема необхідно звернути увагу на підхід до періодизації маркетингу А. В. Войчака. Вчений виділяє наступні етапи [8, с. 9]:

- маркетинг як система управління попитом (перша половина ХХ століття);
- маркетинг як управління маркетинговою функцією підприємства (50-60-ті роки ХХ століття);
- маркетинг як система управління діяльністю підприємства в цілому (90-ті роки ХХ століття);
- маркетинг як система управління взаємовідносинами із споживачами;
- маркетинг на основі моделі мережевої взаємодії (інтегрований маркетинг);
- маркетинг на основі партнерських стосунків;
- соціально-етична концепція маркетингу.

Останні чотири концепції, на думку автора, активно використовуються економічними суб'єктами в сучасних умовах. Як бачимо, саме ці елементи є складовими холистичного маркетингу, який будемо розглядати далі.

Балабанова Л. В. до існуючих концепцій додає освічений маркетинг, що включає п'ять елементів: маркетинг, орієнтований на споживача, маркетинг ціннісних переваг, інноваційний маркетинг, маркетинг з усвідомленням своєї місії

та соціально-етичний маркетинг. Філософія освіченого маркетингу полягає у тому, що суб'єкти повинні підтримувати оптимальне функціонування системи збуту продукції у довгостроковій перспективі [2, с. 44].

Кожен із розглянутих підходів до виділення етапів розвитку маркетингу має право на існування. На нашу думку, найбільш повною та актуальною на сьогодні є холистична періодизація маркетингу, запропонована В. Черенковим. Вчений виділяє два підготовчих та чотири основних періоди у розвитку теорії та практики маркетингу [1, с. 15]. Холистична періодизація маркетингу зображена на рис. 1.

В. Черенков у деякій мірі відступив від традиційних концепцій маркетингу, на яких базуються періодизації багатьох вчених (А. Павленка та А. Войчака, Г. Асселя, Дж. Блайта, В. Руделіуса та ін.). На нашу думку, основною перевагою такого підходу є зосередження уваги на цілях маркетингової діяльності та основних інструментах, що використовуються для їх досягнення.

Розвиток маркетингу набуває нових обертів наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть. Після осмислення важливості побудови системи відносин і знання клієнта з'являється нейромаркетинг, предметом якого стало вивчення новітнього способу впливу на споживачів та побудова рекламної кампанії з максимальною ефективністю, базуючись на фактах психології та фізіології. Першими концепцію нейромаркетингу сформулювали психологи Гарвардського університету ще у 1990-і роки. В основу технології покладено модель, згідно з якою основна частина (більше 90%) розумової діяльності людини, включаючи емоції, відбувається у підсвідомості, тобто поза межами контролюваного усвідомлення [9]. У деяких наукових працях поняття «нейромаркетинг» ототожнене із сенсорним маркетингом. Основними напрямками нейромаркетингу є візуальний мерчендайзинг (вплив за допомогою кольору і зображень), звуковий дизайн та аромамаркетинг.

Своєрідним протиставленням традиційному (вертикальному) маркетингу стала концепція латерального маркетингу, запропонована Філіпом Котлером та Фернандо Тріас де Безом. Латеральний маркетинг орієнтований на відкинуті потреби та передбачає створення товарів, появу яких споживачі не передбачали. У випадку ефективного застосування латерального зрушення, поєднання, здавалося б, непок'єднаних речей створюються нові ринки, нові категорії, формується новий попит, а отже, отримуються більші прибутки.

Не зважаючи на новизну ідеї латерального мислення, ця концепція не стала визначальною на сучасному етапі розвитку маркетингу. Латеральний маркетинг потрібно розглядати швидше як технологію створення нового товару, а не окрему стадію розвитку маркетингу в цілому.

Новітній підхід до розуміння маркетингу запропонував Ф. Котлер у книзі «Маркетинг 3.0». Автор стверджує, що під впливом еволюції технологій маркетинг пройшов такі етапи розвитку [10]:

Виживання економіки, галузі	IV	Глобальний інтегровано-комунікативний (середина 1990-х років – дотепер) *розвиток ІТ та Інтернет *основа – маркетинг відносин
	III	Емпатичний (початок – середина 1990-х років) *ціль: перетворення споживачів у союзників (а не боротьба з конкурентами), створення ефективного портфелю відносин
Виживання компанії	II	Конкурентно-стратегічний (кінець 1960-х – кінець 1980-х років) *ціль: захоплення частки ринку *стратегічне планування
	I	Неокласичний маркетинг (перша половина 1950-х років – кінець 1960-х) *домінування парадигми 4Р *аналітичний підхід у маркетингу
		Маркетинг на етапі становлення (поч. ХХ ст. – перша половина 1950-х років) *поява дисципліни «Маркетинг» в американських університетах *нестабільні та хаотичні бізнес-комунікації
Прямаркетинг (до ХХ ст.)		*прояв у окремих явищах економічного життя

Рис. 1. Еволюція маркетингової теорії за В. Черенковим

1. Маркетинг 1.0, або епоха товароцентризму. У цей період основне завдання полягало у переконанні споживачів та забезпеченні збуту товарів.

2. Маркетинг 2.0, або епоха клієнтоцентризму, виникла з розвитком інформаційних технологій. На цьому етапі маркетингологи перебувають у пошуку незадоволених потреб споживачів, які забезпечують отримання прибутку.

3. Сьогодні ми знаходимося на порозі епохи маркетингу, орієнтованого на людину (Маркетинг 3.0). Змінюється сприйняття споживачів: вони активні, творчі, беруть участь у створенні цінності та вимагають, щоб їхня креативність була достойно оцінена. На цьому етапі недостатньо задовольняти буденні потреби людей, потрібно звертати увагу і на їхні внутрішні бажання.

Котлер наводить три ключові особливості маркетингу нового етапу: активна співпраця та спільне створення бренду; парадокс глобалізації та поява брендів, що стають «іконами»; креативність споживачів і незалежність комунікацій [10].

Нові тенденції у маркетинговій діяльності зумовлюють необхідність чергового перегляду парадигми маркетингу. Як стверджує Т. О. Окландер, концепція маркетингу, що була основою діяльності підприємств понад сто років, вже не відповідає вимогам часу. Однієї лише орієнтації на споживача сьогодні недостатньо, необхідна активна робота з формування попиту, задоволення якого підвищує якість життя [11, с. 135].

Новий етап розвитку маркетингу В. Руделіус назвав «ерою орієнтації на ринок», Ж.-Ж. Ламбен – «менеджментом, орієнтованим на ринок», П. Вінкельман – «системним маркетингом», Ф. Котлер та К. Л. Келлер – «холистичним (цілісним) маркетингом». Ми погоджуємося з думкою О. І. Лабурцевої, яка вважає останній варіант найбільш вдалим [12, с. 41]. Виникнення холистичного маркетингу пов'язане із застосуванням принципу холізму, відповідно до якого ціле – завжди більше, ніж сума його частин.

Концепція холистичного маркетингу робить спробу збалансувати компетенції маркетингової діяльності, наголошує на необхідності планування маркетингових програм з урахуванням їхньої широти та взаємозалежності [13, с. 43]. Холистичний маркетинг є комплексним підходом, що, на думку більшості дослідників, поєднує чотири компоненти: маркетинг взаємовідносин, інтегрований, внутрішній та соціально відповідальний маркетинг [12; 13; 14; 15].

Маркетинг взаємовідносин передбачає задоволення потреб споживачів при узгодженні інтересів партнерів. Головною метою компаній у цьому аспекті є формування особливого активу – маркетингової партнерської мережі, яка охоплює підприємство та усі зацікавлені сторони. Таким чином на ринку починають конкурувати не просто підприємства, а ділові системи [5, с. 103].

Внутрішній маркетинг спрямований на забезпечення повного сприйняття маркетингових принципів усім персоналом підприємства, особливо його керівництвом [8, с. 21]. Соціально відповідальний (соціально-етичний) маркетинг передбачає досконале розуміння етичного, екологічного, правового та соціального контексту маркетингових заходів і програм [5, с. 103].

Інтегрований маркетинг, на думку Н. В. Герасим'як, базується на двох принципах: використання маркетингових заходів для просування і надання цінності та їх координація для максимізації отриманого ефекту [14, с. 91].

Деякі дослідники еволюції маркетингу вважають, що між концепцією маркетингу і соціально-етичного маркетингу необхідно виокремити проміжну ланку – інноваційний маркетинг. Наголошував на цьому і Котлер, вважаючи, що хоча концепція соціально-етичного маркетингу є оптимальною для гармонійного розвитку суспільства, що й зумовило її значне поширення, проте її час у країнах, що стали на шлях ринкових перетворень, ще не настав. Це пов'язано із недостатнім задоволенням потреб виробників, які не отримують прибутків у бажаних розмірах. Тому виготовляти продукцію чи надавати послуги, які є необхідними для всього суспільства, але не завжди дають очікуваний дохід, вони не мають змоги.

С. М. Ілляшенко розуміє під інноваційним маркетингом концепцію ведення бізнесу, що передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції – інновації, і використання в процесі її створення та поширення вдосконалених чи принципово нових

інструментів, форм і методів маркетингу з метою більш ефективного задоволення потреб споживачів та виробників [2, с. 32]. Інновації чатково використовуються у всіх концепціях маркетингу, проте цей підхід наголошує на їх постійному створенні та застосуванні.

Важливо звернути увагу на той факт, що концепція інноваційного маркетингу спрямована на задоволення потреб споживачів та виробників, про добробут всього суспільства у ній не йдеться.

На думку Н. С. Ілляшенко, саме на етапі інноваційного маркетингу знаходиться розвиток маркетингу в Україні, причому інноваційний розвиток є єдиною альтернативою розвитку української економіки [2, с. 44]. Як показує досвід розвинених країн, концепція інноваційного розвитку активно застосовується підприємствами, що прагнуть стати лідерами у своїй галузі, тому такий підхід, на думку науковців, допоможе українським підприємствам здійснити прорив та перейти на наступний рівень розвитку.

Висновки і пропозиції. Постійний розвиток маркетингу зумовлює численність підходів до його періодизації, вивчення та аналіз яких дає змогу прослідкувати еволюцію маркетингу від зародження до сьогодення. Серед існуючих підходів слід відзначити холістичну періодизацію маркетингу В. Черенкова, що зосереджує увагу на цілях маркетингової діяльності та основних інструментах, що використовуються для їх досягнення. Сучасний етап розвитку маркетингу можна охарактеризувати як холістичний маркетинг, що розглядає усі аспекти діяльності організацій у цілісності та взаємодії. На думку більшості дослідників, складовими холістичного маркетингу є маркетинг взаємовідносин, внутрішній, інтегрований та соціально відповідальний маркетинг. Для того, щоб перейти на цей рівень, українським підприємствам слід активно застосовувати концепцію інноваційного маркетингу, що допоможе створити умови, в яких інтереси суспільства будуть основною метою діяльності компаній.

Список літератури:

1. Черенков В. И. Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга / В. И. Черенков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. – 2004. – Вып. 2 (№ 16). – С. 3-32.
2. Ілляшенко Н. С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств : монографія / Н. С. Ілляшенко. – Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. – 192 с.
3. Ілляшенко Н. С. Інновації у маркетингу – рущіна сила його еволюції / Н. С. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 6. – Т. 4. – С. 82-84.
4. Панкрухин А. П. Маркетинг / А. П. Панкрухин. – [3-е изд.]. – М. : Омега-Л, 2005. – 656 с.
5. Краус К. М. Особливості застосування концепції управління маркетингом / К. М. Краус // Вісник Хмельницького національного технічного університету. – 2011. – № 6. – С. 98-105.
6. Балабанова Л. В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства : монографія / Л. В. Балабанова, Н. М. Гуржій; М-во освіти і науки України; Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 184 с.
7. Синяева И. М. Управление маркетингом / И. М. Синяева, А. В. Коротков. – М. : «ЮНИТИ», 2005. – 464 с.
8. Войчак А. В. Маркетинговый менеджмент : підручник / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2009. – 328 с.
9. Колесніков А. Нейромаркетинг : новітні інструменти ототожнення бренду [Електронний ресурс] / А. Колесніков, Н. Шульгат // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2 (5). – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11kapiob.pdf>.
10. Kotler P. Marketing 3.0 : From Products to Customers to the Human Spirit / P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan. – John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2010. – 190 p.
11. Окландер Т. О. Трансформація концепції маркетингу в XXI сторіччі / Т. О. Окландер // Бізнес Інформ. – 2011. – № 7(1). – С. 134-136.
12. Лабурцева О. І. Реалізація сучасних концепцій маркетингу в торгівлі в умовах інформатизації національної економіки / О. І. Лабурцева // Економічний часопис – XXI. – 2011. – № 11/12. – С. 40-41.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 816 с.
14. Борзаковська Л. В. Концепція холістичного маркетингу : сутність та теоретичне підґрунтя / Л. В. Борзаковська // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 2. – С. 85-94.
15. Олєфіренко О. М. Еволюція концепцій маркетингу та перспективи їх подальшого розвитку в умовах економіки сталого соціо-еколого-економічного зростання / О. М. Олєфіренко, Ю. О. Олєфіренко // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових праць. Економічні науки. – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – № 3(7). – С. 200-207.

Фирсова С. Г.
Мельник И. А.

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ТЕОРИИ: УКРАИНСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Резюме

В статье рассматриваются подходы зарубежных и отечественных ученых к периодизации маркетинга. Охарактеризованы современные маркетинговые концепции, в частности холистический маркетинг и его составляющие. Определена концепция, на основе которой происходит развитие маркетинга в Украине.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, латеральный маркетинг, маркетинг 3.0, периодизация маркетинга, холистический маркетинг.

Firsova S. G.
Melnyk I. A.

Taras Shevchenko National University of Kyiv

EVOLUTION OF MARKETING THEORY: UKRAINIAN DIMENSION

Summary

The article considers the approaches of foreign and domestic scientists to marketing periodization. Modern marketing concepts, especially holistic marketing and its components are characterized. The concept that is the basis of marketing development in Ukraine is determined.

Key words: innovation marketing, lateral marketing, marketing 3.0, marketing periodization, holistic marketing.

УДК 658:338

Михайленко О. В.

Національний університет харчових технологій

ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Стаття містить аналіз сучасного стану соціально-економічних показників економіки України, окремих напрямків економічної діяльності. На підставі існуючих поглядів щодо структурної побудови економічного потенціалу та економічної сутності його складових елементів, визначений взаємовплив та взаємозалежність між ними, визначені найбільш вагомі складові економічного потенціалу, що оказують вплив на різноманітні показники його оцінки. В роботі проаналізована динаміка економічних показників, що залежить від великої кількості чинників. Був охарактеризований стан інвестиційної діяльності, динаміка та структура капітальних інвестицій за видами економічної діяльності, наявність, динаміка та структура джерел фінансування інвестиційної діяльності, що є суттєвою характеристикою інвестиційної активності підприємства, галузі та економіки в цілому.

Ключові слова: потенціал, структурні складові потенціалу, розвиток економіки, показники діяльності, інвестиції, виробництво.

Постановка проблеми. Досягнення позитивних тенденцій розвитку економіки, розроблення стратегій управління та планування діяльності підприємств усіх форм власності максимально сприяє послідовному переходу до високорозвинутої соціально орієнтованої економіки інтенсивного типу. Такий перехід базується на застосуванні об'єктивної інформації для визначення та оцінки показників та формуванні збалансованої системи показників, що дозволять відобразити поточний стан та розробити заходи для максимального використання наявних та прихованих соціально-економічних можливостей в майбутньому.

Ефективне функціонування підприємств та інших суб'єктів господарювання залежить від багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів впливу, які дозволять якісно розвивати матеріально-технічні, структурно-функціональні, соціально-трудова та інші елементи потенціалу [1]. Визначення можливостей розвитку потенціалу дозволить покращити параметри системи і дозволить мінімізувати втрати зайнятих позицій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання оцінки потенціалу суб'єкта господарювання цікавили багатьох вітчизняних (Абалкіна Л.І., Андрійчук В.Г., Ковачева З., Головіна С., Ареф'єва О.В., Василенко Ю.В., Гончарова В.М., Должанського І.З., Донця Ю.Ю., Жарова А.В., Репіну І. М., Федоніна О. С., Хохлова М.П.) та зарубіжних економістів (Мак Гоуэн К., Марка Д., Нівен П.Р., Портер М., Райан Б., Бах С., Каплан Р., Нортон Д., Ліндлар Л.).

Методичні підходи оцінки потенціалу та показники, що відображають сутність кожного з підходів, передбачають застосування показників виробничо-фінансової діяльності підприємства, галузевих та макроекономічних показників.

Постановка завдання. Отже, метою даного дослідження є вивчення сучасного стану економіки, для подальшого визначення найбільш оптимальних та/або ефективних методологічних підходів щодо формування економічного потенціалу підприємства та шляхів його більш ефективного використання.

При оцінці економічного потенціалу підприємства необхідно враховувати стан його складових частин та визначити взаємовплив та взаємозалежність між ними, визначити найбільш вагомі складові економічного потенціалу, що оказують вплив на різноманітні показники його оцінки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Структурна побудова економічного потенціалу поєднує найстійкіші (інваріантні) та змінні (імовірнісні) зв'язки системи [2]. Узагальнення наукових досліджень науковців щодо структури потенціалу, дозволяє виділити наступні його складові: виробничий, трудовий, інформаційний, науково-технічний, маркетинговий, інвестиційний, управлінський тощо. Стан кожної складової економічного потенціалу та його узагальнююча характеристика передбачає вивчення стану економіки в цілому та дослідження основних соціально-економічних показників галузей та підприємств, як їх структурних одиниць.

Аналіз геополітичних та економічних характеристик України дозволив визначити, що величина випуску у ринкових цінах за 2011 рік склав 3,1 трлн. грн. Аналіз структури випуску показав, що найбільшу питому вагу в ньому має валова додана вартість. Але в 2011 році в порівнянні із 1990 роком вона зменшилася на 2,9 в.п., хоча в порівнянні із 2000р. вона збільшилася на 0,3 в.п.

При дослідженні структури валової доданої вартості за видами економічної діяльності було визначено, що на підприємствах сільського госпо-

Таблиця 1

Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) за видами економічної діяльності у 2010-2012 рр.

Вид економічної діяльності	Обсяг реалізованої промислової продукції, млн. грн.			Структура реалізованої промислової продукції, %		
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Промисловість	1065851	1331888	1400680	100	100	100
Переробна промисловість	716400,6	868392,4	889496,6	67,2	65,2	63,5
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	193055,6	222387,8	254459,9	18,1	16,7	18,2

* Джерело: розраховано на підставі даних [3]

дарства, мисливства та переробної промисловості суттєво зменшилась питома вага валової доданої вартості за період з 1990 по 2011 роки. У 2011 році вона зменшилася більше ніж в 2 рази в переробній промисловості, та більше ніж 2.5 рази в сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві.

Наступним макроекономічним показником для характеристики економічного потенціалу є обсяг реалізованої продукції в цілому та за видами економічної діяльності (табл. 1).

Аналіз структури реалізованої продукції в 2012 році дозволив зазначити, що 63,5% продукції приходить на переробну промисловість, в яких 18,2% – на харчову [3]. В результаті дослідження визначено, що за цей період обсяги реалізації постійно збільшувалися, але зростання відбувалося не пропорційно по роках. Так збільшення обсягів реалізації в промисловості в 2011р. в порівнянні із 2010 р. склало 266037,1 млн. грн. (або на 24,96%) при збільшенні обсягів реалізації переробної промисловості на 151991,8 млн. грн. (або на 21,22%).

Темпи зміни 2012 р. в порівнянні із 2011 р. дещо менші, а саме обсяги реалізації промисловості збільшилися на 68792,6 млн. грн (або на 5,17%), переробної промисловості – на 21104,2 млн. грн. (або на 2,43%). Більш стабільні темпи зростання обсягів реалізації харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів. Так, у 2011 р. їх зростання становило 29332,2 млн. грн. (на 15,19%) та в 2012 р. – 32072,1 млн. грн. (на 14,42%).

В цілому зростання обсягів реалізації в 2012 р. в порівнянні із 2011 р. склало: промисловості – на 334829,7 млн. грн. (на 31,41%), переробної промисловості – 173096 млн. грн. (на 24,16%), та виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 61404,3 млн. грн. (на 31,81%). Дослідження динаміки структури дозволило зазначити, що питома вага обсягів реалізації переробної промисловості постійно зменшувалася (у 2011 р. в порівнянні із 2010 р. – на 2 в.п., а в 2012 р. в порівнянні із 2011 р. – на 1,7 в.п.). При цьому питома вага обсягів реалізації харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів в 2011 р. в порівнянні із 2010 р. зменшилося на 1,4 в.п. при збільшенні її в 2012 р. в порівнянні із 2011 р. на 1,5 в.п.

В 2013 році також спостерігалось збільшення обсягів реалізації. Так обсяги реалізації в промисловості склали – 910253,6 млн. грн., у т.ч. переробної промисловості за січень-жовтень 2013 року становив 610434,9 млн. грн. або 67,0% від загального обсягу реалізації. Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів складає 175992,3 млн. грн., або 19,3% від обсягу реалізації переробної промисловості [3].

Індекси промислової продукції за видами економічної діяльності за січень-жовтень 2012 року до відповідного періоду попереднього року склали

100,5%, а за січень-жовтень 2013 року вони впали на 5,7 в.п. (склали 94,3%).

Обсяги продукції сільського господарства у фактичних цінах за січень-жовтень 2013 року становив 230,5 млрд. грн. (збільшився на 26,9 млрд. грн або на 13,21%).

Позитивна динаміка економічних показників залежить від великої кількості чинників, серед яких необхідно виділити активізацію інноваційно-інвестиційної діяльності, зміну форм власності на підставі застосування новітніх прогресивних інформаційних технологій, що дозволить ефективно керувати та контролювати виробничими процесами тощо.

Однією із основних об'єктивних складових економічного потенціалу, наряду із виробничим потенціалом, є фінансовий потенціал (обсяг власних, позичкових та залучених фінансових ресурсів підприємства, що знаходиться у його розпорядженні для здійснення поточних і перспективних витрат) [5].

Головною складовою фінансового потенціалу підприємства є інвестиційний потенціал, який являє собою наявні приховані можливості підприємства щодо простого і розширеного відтворення. Інвестиційний потенціал підприємства включає в себе інвестиційні ресурси підприємства, рівень впровадження інновацій, ефективність інноваційних проектів та умови реалізації інноваційних проектів.

Аналіз інвестиційної діяльності підприємств України показав, що за період за січень-вересень в 2011 та 2012 роках спостерігався приріст капітальних інвестицій на 18,8% та 8,5% відповідно[4]. Приріст прямих інвестицій (акціонерного капіталу) в 1995 р. склав 413,4 млн. дол. США, а в 2012 р. – 4128,5 млн. дол. США. Найбільший приріст спостерігався в 2007 р. (7935,4 млн. дол. США) та 2005 р. (7843,1 млн. дол. США). За період з січня по вересень 20123 р. приріст прямих інвестицій склав 1270,2 млн. дол. США, хоча торік він дорівнював – 2599,6 млн. дол. США за цей же період. Така динаміка спостерігається при темпах росту обсягів інвестицій у відсотках до початку року в 2012 р. – 108,2%, а за січень-вересень 2013 р. – 102,3%. Хоча в 2005 році цей темп дорівнював 186,7%.

Найбільші країни-інвестори на 1 жовтня 2013 року Кіпр – 18712,0 млн. дол. (33,1%), Німеччина – 6194,8 млн. дол. (11,0%), Нідерланди – 5504,0 млн. дол. (9,7%), Російська Федерація – 3842,1 млн. дол. (6,8%) [4].

Суттєвою характеристикою стану інвестиційної діяльності є динаміка та структура капітальних інвестицій за видами економічної діяльності (табл. 2).

За даними таблиці 2 можна зробити висновки, що загальний обсяг капітальних інвестицій

Таблиця 2

Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності

Вид економічної діяльності	Обсяги капітальних інвестицій, млн. грн.			Структура капітальних інвестицій, %		
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Усього	189060,6	259932,3	293691,9	100	100	100
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	12061,6	17005,4	19362,9	6,38	6,54	6,59
Промисловість	55661	89033,3	103172,8	29,44	34,25	35,13
Переробна промисловість	30078,8	43084,6	43358,8	15,91	16,58	14,76

* Джерело: розраховано на підставі даних [4]

за період з 2010-2012 рр. постійно збільшувався. Зростання загальної величини капітальних інвестицій в 2011 р. в порівнянні із 2010 р. – 70871,7 млн. грн. (137,5%), а в 2012 р. в порівнянні із 2011 р. – 33759,6 млн. грн. (113%). Збільшення їх величини в 2012 р. в порівнянні із 2010 р. дорівнює 104631,3 млн. грн. (більше ніж в 1,5 рази). Питома вага капітальних інвестицій в промисловість складала 29,44%, 34,25% та 35,13% відповідно в 2010, 2011 та 2012 роках.

Суттєвою є питома вага капітальних інвестицій в переробну промисловість – 15,9, 16,6 та 14,8% (відповідно по роках). Збільшення величини капітальних інвестицій в переробну промисловість складало 13005,8 млн. грн. або на 43,24% (у 2011 р. в порівнянні із 2010 р.), 274,2 млн. грн. або на 0,64% (у 2012 р. в порівнянні із 2011р.) та на 13280 млн. грн. або на 44,15% (у 2012 р. в порівнянні із 2010р.).

Загальна величина капітальних інвестицій за січень-червень 2013 року складала 103330,3 млн. грн., в т. ч. в промисловість – 46642,7 млн. грн. (45,14% від загального обсягу капітальних інвестицій). До вересня 2013 року їх величина збільшилася на 63646,6 млн. грн. і складала 166876,9 млн. грн., з них на капітальний ремонт було використано 10460,0 млн. грн. [3].

Величина інвестицій в основний капітал за видами економічної діяльності в 2011р. складала всього 238174,6 млн. грн., що на 22,4% більше ніж 2010 році. В промисловість було вкладено 86312,8 млн. грн., що становить 36,24% від загального обсягу (це на 30,9% більше ніж в 2010 році). Обсяги інвестицій а переробну промисловість (41299,6 млн. грн.) збільшилися на 7,5% в порівнянні із 2010 роком і склали 17,34% від загального обсягу і 47,85% від обсягу інвестицій промисловості. За період січень-вересень 2013 року в динаміці капітальних інвестицій також спостерігається позитивна динаміка.

Величина капітальних інвестицій за видами промислової діяльності спрямованих в промисловість складала 70642, млн. грн., в т.ч. у переробну промисловість 29901,8 млн. грн. (42,21% від загального обсягу). У виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 10849,8 млн. грн. (15,32% від загального обсягу або 36,29% від обсягу капітальних інвестицій переробної промисловості). Наявність, структура та обсяги інвести-



Рис. 1. Класифікація основних джерел фінансування реальних інвестицій на підприємствах

ційних ресурсів суттєво залежать від структури джерел фінансування інвестиційної діяльності, яка дозволяє більш детально визначити форми та методи фінансування інвестиційних проектів (рис. 1).

Структура капітальних інвестицій за джерелами фінансування за січень-вересень 2011-2013 років нерівнозначна і має відповідну тенденцію (табл. 3). Стан економіки країни на сьогоднішній день, що одним з основних джерел інвестування підприємств є власні кошти підприємства. Їх питома вага складає 60,8, 58,6 та 59,7% відповідно в 2010, 2011 та 2012 роках. Але за цей період збільшилася питома вага кредитів банків та інших позик (на 4,8 в.п. в 2012 р. в порівнянні із 2010 р.). При цьому відбулося збільшення і абсолютної величини власних коштів на 32,5% (у 2011 р. в порівнянні із 2010р.) та на 15,2% (у 2012 р. в порівнянні із 2011 р.). Суттєві зменшення величини інвестиції у 2012 р. порівнянні із попереднім роком відбулися за рахунок їх фінансування коштами іноземних інвесторів (на 30% або на 2155,5 млн. грн.).

Також необхідно відмітити, що в умовах ринкової економіки дещо стирається межа між власними та залученими джерелами фінансування інвестицій. Позики комерційних структур – залучені кошти – на певному етапі можуть стати власними джерелами фінансування інвестицій підприємств, якщо відбувається погашення додаткової емісії акцій.

При виборі джерел фінансування інвестиційної діяльності питання повинне зважуватися підприємством з урахуванням багатьох факторів: вартості залученого капіталу, ефективності віддачі від нього; співвідношення власного і позикового капі-

Таблиця 3
Структура капітальних інвестицій за джерелами фінансування

	Питома вага, %			Відхилення питомої ваги, в.п.		
	2010	2011	2012	2011-2010	2012-2011	2012-2010
Усього	100	100	100	0	0	0
у т. ч. за рахунок коштів державного бюджету	5,8	7,1	5,8	1,3	-1,3	0
коштів місцевих бюджетів	3,4	3,4	3,1	0	-0,3	-0,3
власних коштів підприємств та організацій	60,8	58,6	59,7	-2,2	1,1	-1,1
кредитів банків та інших позик	12,3	16,3	17,1	4	0,8	4,8
коштів іноземних інвесторів	2,1	2,8	1,7	0,7	-1,1	-0,4
коштів населення на будівництво власних квартир	2,5	1,7	1,3	-0,8	-0,4	-1,2
коштів населення на індивідуальне житлове будівництво	8,6	5,8	7,5	-2,8	1,7	-1,1
інших джерел фінансування	4,5	4,3	3,8	-0,2	-0,5	-0,7

* Джерело: розраховано на підставі даних [4]

талу, що визначає рівень фінансової незалежності фірми; ризику, що виникає при використанні того чи іншого джерела фінансування, а також економічних інтересів інвесторів.

Висновки. Таким чином, стан та використання інвестиційного потенціалу підприємства є визначним фактором впливу на розвиток інвестиційного потенціалу системи промислових підприємств. Це, в свою чергу, при підтримці державного регулювання сприяє формуванню національної ін-

вестиційної системи, що дозволить активізувати інвестиційну активність.

Аналіз сучасного стану макро- та мікроекономічних показників промисловості України в цілому, та підприємств харчової промисловості, дозволив відзначити, що незважаючи на певну позитивну динаміку в багатьох напрямках, залишається велика кількість потенційних можливостей, щодо більш ефективного функціонування суб'єктів господарської діяльності.

Список літератури:

1. Бачевський Б.Є., Заблудська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства : навч. пос. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Добикіна О.К., Рижигов В.С. Касьянюк С.В., Кокотко М.Є. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
3. Статистичний бюлетень про основні показники роботи промисловості України за січень-грудень 2012 р. Відповідальний за випуск І.С. Петренко. – К. : Державний комітет статистики України, 2013. – 148 с.
4. Статистичний щорічник України за 2012 рік. [За редакцією О. Г. Осауленка]. – К. : Державний комітет статистики України, 2013. – 563 с.
5. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник. – Вид. 2-ге, без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.

Михайленко О. В.

Национальный университет пищевых технологий

ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Резюме

Статья содержит анализ современного состояния социально-экономических показателей экономики Украины, отдельных направлений экономической деятельности. На основании существующих взглядов относительно структурного построения экономического потенциала и экономической сущности его составных элементов, определено взаимовлияние и взаимозависимость между ними, определены наиболее весомые составляющие экономического потенциала, что оказывают влияние на различные показатели его оценки. В работе проанализирована динамика экономических показателей, что зависит от большого количества факторов. Было охарактеризовано состояние инвестиционной деятельности, динамика и структура капитальных инвестиций по видам экономической деятельности, наличие, динамика и структура источников финансирования инвестиционной деятельности, которые являются существенной характеристикой инвестиционной активности предприятия, отрасли и экономики в целом.

Ключевые слова: потенциал, структурные составляющие потенциала, развитие экономики, показатели деятельности, инвестиции, производство.

Mykhailenko O. V.

National University of Food Technologies

PRESENT STATE SOCIO-ECONOMIC INDICATORS OF ECONOMIC POTENTIAL

Summary

This article contains an analysis of the current state of socio-economic indicators of Ukraine's economy, some areas of economic activity. Based on the existing views on the structural construction of economic potential and economic nature of its constituent elements defined interplay and interdependence between them, by the most important components of the economic potential that render effects on various indicators of its evaluation. The paper analyzed the dynamics of economic performance that depends on many factors. Was the state of the investment, the dynamics and structure of capital investments by sector, presence, dynamics and structure of financing sources of investment, which is an essential characteristic of investment activity of enterprises, industries and the economy as a whole.

Key words: potential structural components of the building, economic development, performance, investment and production.

УДК 658.155

Морщенок Т. С.
Задорожня В. О.

Запорізька державна інженерна академія

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА
ТА ЙОГО РОЛЬ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Досліджено основні підходи до визначення економічної сутності прибутку підприємства. Розглянуто основні функції прибутку, які розкривають його сутність. Визначено роль та значення прибутку в умовах ринкової економіки та необхідність його підвищення на підприємстві. Надано основні напрями підвищення прибутку підприємства.

Ключові слова: прибуток, функції, показник, результат, доход, ефективність, підвищення.

Постановка проблеми. В умовах трансформаційних процесів, що відбуваються в Україні, одержання прибутку є важливим завданням, оскільки він є основним фінансовим джерелом соціально-економічного розвитку суб'єктів господарювання. В той же час прибуток впливає на збільшення ринкової вартості підприємства, ефективність виробничої діяльності, економічний розвиток держави. Тому вся діяльність суб'єктів господарювання спрямована на те, щоб забезпечити зростання його величини або принаймні стабілізувати її на певному рівні.

У зв'язку зі значною роллю прибутку у розвитку підприємства, зміцненні його конкурентоспроможності, забезпеченні інтересів його власників, персоналу та держави визначення економічної сутності даної категорії, напрямів та шляхів збільшення прибутку підприємства в умовах ринкової економіки є досить актуальним питанням, якому слід приділяти належну увагу для ефективного функціонування суб'єктів господарювання. Це і визначає актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми управління, формування і використання прибутку підприємства в різних аспектах досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні вчені-економісти. Серед них можна назвати: Л. Бовш, І. Бойчик, І. Бланка, І. Балабанова, С. Дем'яненко, М. Коробова, С. Ногіна, І. Панченко, Р. Сайфуліна, В. Серединську, Н. Ушакову, Н. Чумаченка, А. Шеремета та ін.

Однак необхідно зазначити, що, незважаючи на значну кількість наукових праць та істотні досягнення в цій галузі, низка питань теоретико-методичного та практичного характеру з управління, формування, розподілу та використання прибутку на підприємстві залишається остаточно нерозв'язаною, потребує уточнень та розвитку, що і обумовлює необхідність проведення даного наукового дослідження.

Постановка завдання. Мета наукової статті полягає в обґрунтуванні теоретичних засад визначення прибутку та визначенні основних напрямів його підвищення. Для досягнення поставленої мети було поставлено такі завдання: дослідити основні підходи до визначення економічної сутності поняття «прибуток підприємства»; розглянути функції прибутку, які розкривають його економічний зміст; обґрунтувати необхідність підвищення прибутку в умовах ринкової економіки та визначити основні напрями його підвищення на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Прибуток посідає особливе місце у системі оціночних показників діяльності організації. Він є основою економічного і соціального розвитку організації, сталим джере-

лом фінансування виробництва, виплати дивідендів, збільшення капіталу організації, створення резервних фондів, поповнення оборотних активів і покриття інших планових витрат. У прибутку та його розподілі виражені економічні відносини між суспільством, організацією і окремими працівниками [1, с. 237].

Як стверджують С. Ногіна та М. Свиридова, в умовах ринкової економіки прибуток на рівні підприємства виступає як безпосередня мета виробництва, що зумовлено притаманною капіталу тенденцією до самозростання. Прибуток називають об'єктивно економічною категорією товарно-грошових відносин, важливим фінансовим синтетичним показником діяльності підприємства, а також джерелом фінансових ресурсів підприємства, які відіграють вирішальну роль у фінансовому забезпеченні підприємницької діяльності. Також прибуток зараховують до складового елементу ринкових відносин, що займає особливе місце в створенні ринку засобів виробництва, предметів народного споживання, цінних паперів. Прибуток відіграє важливу роль у ліквідації бюджетного дефіциту, стабілізації господарства, подоланні кризових явищ тощо.

Прибуток є грошовою формою чистого доходу суспільства. Як економічна категорія, він відображає сукупність економічних відносин, пов'язаних з утворенням національного доходу і його розподілом. Термін має різне тлумачення у практиці фінансового та економічного аналізу. Його сутність змінювалась, доповнювалась і оновлювалась відповідно до тенденцій розвитку економічної теорії [2, с. 283].

На думку Л. Бовш, прибуток характеризує кінцевий результат діяльності підприємства та як економічний показник являє собою різницю між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, послуг), між обсягом отриманої виручки та сумою витрат на виробництво і реалізацію продукції [3, с. 208].

І. Продіус, С. Філіппова, В. Захарченко та О. Балан зазначають, що прибуток – це перевищення виручки над сукупними витратами на виробництво, він характеризує діяльність підприємства в якості позитивного кінцевого фінансового показника [4, с. 163].

І. Бойчик визначає прибуток як частину чистого доходу, що залишається підприємству після відшкодування всіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності. В умовах ринку прибуток є джерелом усіх фінансових ресурсів підприємства. Величина прибутку характеризує фінансові результати роботи підприємства та визначає його фінансовий стан [5, с. 346].

В. Серединська, О. Загородна та Р. Федорович розглядаючи сутність прибутку виділяють такі його основні характеристики [6, с. 345]:

- прибуток є формою доходу підприємця, який вклав свій капітал у певний вид діяльності з метою досягнення певного комерційного успіху;

- прибуток не є гарантованим доходом підприємця на вкладений капітал у той чи інший бізнес, а результатом вмілого й успішного здійснення цього бізнесу. Тому прибуток, у певній мірі, – це плата за ризик здійснення підприємницької діяльності. Рівень прибутку і рівень підприємницького ризику знаходяться між собою у прямо пропорційній залежності;

- прибуток характеризує не весь дохід, одержаний у процесі підприємницької діяльності, а лише ту частину доходу, яка «очищена» від понесених витрат на здійснення цієї діяльності;

- прибуток є вартісним показником, який виражений у грошовій формі.

Виходячи з цього, під прибутком вони розуміють виражений у грошовій формі результат підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, та виражає собою різницю між сукупним доходом і сукупними витратами, понесеними в процесі здійснення цієї діяльності [6, с. 345].

Сутність прибутку як економічної категорії розкривається також через функції, які він виконує у господарській діяльності. Дослідження підходів науковців до функцій прибутку дозволяє зробити висновок, що домінуючою є позиція, що прибуток виконує оціночну (облікову), стимулюючу та розподільчу функції.

Сутність облікової (оціночної) функції полягає в тому, що прибуток розглядається як оціночний показник, який характеризує ефект, отриманий від здійснення господарської діяльності, та дає можливість оцінити її ефективність.

Розподільча функція реалізується шляхом використання прибутку в якості джерела формування дохідної частини бюджетів усіх рівнів починаючи з державного бюджету, через розподіл прибутку у вигляді податку на прибуток, закінчуючи бюджетом окремого структурного підрозділу підприємства. Частина прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, спрямовується на розширене відтворення та вирішення виробничих та соціальних завдань його розвитку.

Стимулююча функція полягає в тому, що прибуток використовується як в інтересах суб'єктів підприємства, так і в інтересах їхніх працівників, тому він виступає стимулом для управлінського персоналу та працюючих підприємства здійснювати свою діяльність з найвищою ефективністю, що дозволить забезпечити працівникам отримання винагороди за працю та підприємству впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу, що призведе до зниження витрат виробництва, підвищення його ефективності та соціально-економічного розвитку.

І. Панченко стверджує, що, розглядаючи функції прибутку з позиції їх реалізації для досягнення економічного розвитку суб'єктів господарювання, доцільним є виділення соціальної функції, яка передбачає виконання підприємством програм соціального захисту працюючих та суспільства в цілому. В науковій літературі часто зміст соціальної функції пов'язують зі стимулюючою функцією, хоча вони мають різну направленість, що проявляється у виконанні різних завдань. Так,

стимулююча функція спрямована на оцінку вкладу кожного працюючого в досягнення запланованих результатів, в той час як соціальна функція передбачає створення системи захисту працюючих та суспільства для виконання покладених на них виробничих функцій. Відповідно, основне завдання управління прибутком в рамках виконання соціальної функції полягає в гармонізації інтересів власників, держави та найманого персоналу щодо розподілу прибутку та визначення пріоритетних напрямів його використання.

Соціальна функція прибутку знаходиться у нерозривному зв'язку з регулюючою функцією оскільки спрямування прибутку до бюджетів різних рівнів сприяє реалізації різних загальнодержавних і регіональних соціальних програм.

Отже, налагодження на підприємстві системи управління прибутком, яка спрямована на реалізацію оціночної, розподільчої та стимулюючої функції прибутку дозволить забезпечити економічний розвиток підприємства в частині зростання продуктивності праці та економічного зростання кожного суб'єкта господарювання шляхом підвищення ефективності та відповідальності кожного працюючого та окремого структурного підрозділу за результати діяльності. Виконання прибутком соціальної функції виступає запорукою добробуту не лише власників, працівників, суспільства, а й соціальної відповідальності бізнесу в цілому [7].

Одним із завдань управління прибутком є розробка та реалізація заходів, спрямованих на підвищення його рівня. Таким способом можна уникнути кризового стану, оперативно слідкувати за динамікою зміни прибутку та завчасно впроваджувати інноваційні технології, що зменшують витрати, та як наслідок – збільшують прибутковість.

Як стверджують С. Ногіна та М. Свиридова, управління прибутком – це складна багаторівнева система трансакцій, яка містить у собі як мінімум три підсистеми: формування, розподіл та використання. Для кожної з них притаманні свої конкретні цілі, завдання, інструментарій їх досягнення. Основними завданнями управління прибутком є:

- виявлення резервів збільшення прибутку за рахунок виробничої діяльності, інвестиційних і фінансових операцій;

- пошук резервів нарощування прибутку за рахунок оптимізації постійних і змінних витрат, обґрунтування облікової політики підприємства, цінової та податкової політики;

- оцінювання прибутковості виробничої і комерційної діяльності;

- визначення підприємницького ризику;

- зміцнення конкурентних позицій підприємства за рахунок підвищення ефективності розподілу і використання прибутку [2, с. 283].

Слід зазначити, що в умовах ринку принципове значення має вмале управління факторами, які впливають на величину прибутку. Важливу роль у розв'язанні цього питання відіграє економіко-аналітична діяльність в організації, основними завданнями якої є: вивчення обсягів, складу і динаміки фінансових результатів діяльності підприємства; перевірка обґрунтованості планово-розрахункових показників з прибутку; визначення ступеня виконання плану з прибутку від операційної діяльності, участі в капіталі та інших фінансових доходів; виявлення впливу різних факторів на його величину; вивчення напрямів і тенденцій розподілу прибутку; розрахунок і оцінка показників рентабельності; визначення і мобі-

лізація резервів зростання прибутку і підвищення рентабельності господарської діяльності.

В процесі економіко-аналітичної діяльності використовують такі джерела інформації, як: фінансовий план; Ф.№1 – «Баланс»; Ф.№2 – «Звіт про фінансові результати»; Ф.№3 – «Звіт про рух грошових коштів»; Ф.№4 – «Звіт про власний капітал», декларацію про прибуток підприємства, зведену таблицю про основні показники (форма 22); дані бухгалтерського обліку; показники виробничих планів; статистична звітність про виконання підрядних будівельно-монтажних робіт, облікові дані тощо [1, с. 237].

Отже, економічний аналіз прибутку підприємства є складовою управлінської діяльності, головними завданнями якого є: систематичний контроль за виконанням планів одержання прибутку; виявлення факторів формування показників прибутку та розрахунки їхнього впливу; вивчення напрямків і тенденцій розподілу прибутку; виявлення резервів збільшення прибутку; розроблення заходів для використання виявлених резервів. Тому на кожному підприємстві необхідно систематично аналізувати формування, розподіл та використання прибутку з метою визначення факторів та резервів його підвищення.

В умовах ринкових відносин, як свідчить світова практика, існує три основних джерела одержання прибутку:

а) перше джерело утворюється за рахунок монопольного становища підприємства по випуску тієї чи іншої продукції (унікальності продукту). Однак, таке джерело має нестабільний характер через антимонопольну політику держави і зростаючу конкуренцію з боку інших підприємств;

б) друге джерело пов'язане безпосередньо з виробничою і підприємницькою діяльністю. Ефективність його використання залежить від знання підприємством кон'юнктури ринку й уміння адаптувати розвиток виробництва під його зміну;

в) третє джерело пов'язане з інноваційною діяльністю підприємства. Його використання пов'язане з постійним оновленням продукції, що випускається, забезпеченням її конкурентоспроможності, ростом обсягів реалізації і збільшенням маси прибутку [6, с. 345]

Загалом зростання прибутку може здійснюватися за такими основними чотирма напрямками: зростання цін, зниження виробничих витрат, удосконалення структури кінцевих продуктів, підвищення вартості кінцевих продуктів. Однак кожен з цих напрямків має безпосередній зв'язок з формуванням та функціонуванням виробничих витрат і зводиться до таких методів підвищення прибутковості виробництва крізь призму виробничих витрат:

1. Збільшення прибутку за незмінних постійних витрат. У цьому випадку можливі два шляхи. По-перше, підвищення прибутку за рахунок поліпшення організації господарства, зокрема шляхом впровадження нових організаційних форм господарювання, вдосконалення маркетингу, впровадження досягнень науково-технічного прогресу і т. ін. По-друге, зростання прибутку можна досягти за рахунок реструктуризації виробництва – нарощування прибуткових галузей та видів продукції за відповідного скорочення менш прибуткових.

2. Підвищення прибутку за збільшення постійних витрат. Це означає абсолютне розширення виробництва за рахунок прибуткових галузей і видів продукції, впровадження нових технологій, підвищення якості продукції тощо.

3. Зростання рівня рентабельності господарювання за скорочення постійних витрат та незмінної суми прибутку. Виходячи з формули визначення рівня рентабельності, де чисельник позначає прибуток, а знаменник – виробничі витрати, певне зменшення знаменника за незмінного чисельника відповідно збільшить результативний показник. Досягти скорочення постійних витрат за незмінної абсолютної суми прибутку можна завдяки їх перегрупованню за видами продукції, відповідно скоротивши й розширивши виробництво певних видів продукції.

4. Підвищення рівня рентабельності господарювання за зниження постійних витрат та абсолютної суми прибутку. Такий процес може відбуватися за умови, що темпи зниження постійних витрат перевищують темпи скорочення абсолютної суми прибутку [8, с. 325].

Як стверджують В. Серединська, О. Загородна та Р. Федорович, щоб прибуток підприємства зростав, воно повинне: здійснювати маркетингові дослідження і обґрунтовувати свою виробничу програму; нарощувати обсяги виробництва і реалізації товарів, робіт, послуг; розширювати, орієнтуючись на ринок, асортимент і якість продукції; впроваджувати заходи щодо підвищення продуктивності праці своїх працівників; зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції; створювати конкурентоспроможні умови продажу своїх товарів і надання послуг; грамотно будувати договірні відносини з постачальниками і покупцями; вміти найбільш доцільно розміщати одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту [6, с. 346].

Висновки. Таким чином, можна зробити наступні висновки, що прибуток – це кінцевий результат діяльності підприємства, виражений у грошовій формі, що визначається як різниця між чистим доходом підприємства та його витратами на здійснення підприємницької діяльності та характеризує винагороду підприємця за ризик її здійснення. В умовах ринкової економіки економічна роль прибутку виявляється в таких рисах:

- відображає відносини, що склалися в процесі виробництва та синтезує всі сторони, аспекти діяльності суб'єктів господарювання;

- є джерелом розширеного відтворення виробництва, зростання національного доходу та задоволення потреб суспільства;

- є носієм захисної функції підприємства від загрози банкрутства головною передумовою зростання ринкової вартості суб'єкта господарювання, зміцнення його конкурентоспроможності на ринку та забезпечення соціально-економічного розвитку;

- є рушійною силою функціонування та розвитку економіки, основним спонукальним мотивом підприємницької діяльності, сприяє ефективному використанню ресурсів, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу тощо.

Для визначення напрямів підвищення величини прибутку та розробки відповідних заходів потрібно спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства. Для того, щоб підвищити прибуток підприємства необхідно виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства. До заходів, спрямованих на підвищення прибутку підприємства можна віднести: організаційні (удо-

сконалення виробничої структури, удосконалення організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо); технічні (оновлення техніко-технологічної

бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляється); економічні (удосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення обігу оборотних коштів тощо).

Список літератури:

1. Литвин Б.М. Економіко-аналітична діяльність в організації : підручник / Б.М. Литвин. – К. : «Хай-Тек Прес», 2009. – 423 с.
2. Ногіна С. Шляхи вдосконалення формування та розподілу прибутку / С. Ногіна, М. Свиридова // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 8. – Ч. 2. – С. 283-285.
3. Бовш Л.А. Методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни «Економіка підприємства» для студентів денної та заочної форм навчання спеціальності менеджмент організацій / Л.А. Бовш. – Київ : МАУП, 2010. – 264 с.
4. Продиус І.І. Економіка підприємства: краткий курс / [І.І. Продиус, С.В. Филиппова, В.И. Захарченко, А.С. Балан]. – Харків : Одиссей, 2004. – 192 с.
5. Бойчик І. М. Економіка підприємства : навчальний посібник / І.М. Бойчик. – К. : Атіка, 2004. – 480 с.
6. Серединська В.М. Економічний аналіз : навчальний посібник / В.М. Серединська, О.М. Загородна, Р.В. Федорович. – Тернопіль : Видавництво Астон, 2010.
7. Панченко І.А. Функції прибутку: значення для забезпечення економічного розвитку суб'єктів господарювання [Електронний ресурс] / І.А. Панченко. – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/3475/1/71.pdf>.
8. Дем'яненко С.І. Менеджмент аграрних підприємств : навч. посібник / С.І. Дем'яненко. – К. : КНЕУ, 2005. – 347 с.

Морщенок Т. С.

Задорожня В. А.

Запорожская государственная инженерная академия

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕЕ РОЛЬ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Резюме

Исследованы основные подходы к определению экономической сущности прибыли предприятия. Рассмотрены основные функции прибыли, которые раскрывают ее сущность. Определена роль и значение прибыли в условиях рыночной экономики и необходимость ее повышения на предприятии. Представлены основные направления повышения прибыли предприятия.

Ключевые слова: прибыль, функции, показатель, результат, доход, эффективность, повышение.

Morschenok T. S.

Zadorozhzhnja V. A.

Zaporizhya State Engineering Academy

ECONOMIC ESSENCE OF INCOME OF ENTERPRISE AND HER ROLE IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

Summary

The basic going near determination of economic essence of income of enterprise is investigational in the article. The basic functions of income are considered. A role and value of income in the conditions of market economy and necessity of her increase on an enterprise are certain. Basic directions of increase of income of enterprise are presented.

Key words: income, functions, index, result, profit, efficiency, increase.

УДК 303.42

Мотышина М. С.

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов

Кирова Е. В.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ДИАГНОСТИКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОГНИТИВНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Рассмотрены методические задачи системной диагностики и оценки эффективности менеджмента предприятия. Представлена система критериев. Показаны возможности использования когнитивного моделирования.

Ключевые слова: эффективность менеджмента, критерии эффективности, системная диагностика и оценка, анализ факторов, когнитивная карта.

Проблеме эффективности менеджмента всегда уделялось большое внимание в управленческой науке. Начало ее изучению положили классики научного управления. Современные условия деятельности предприятий меняют требования к управлению и его эффективности. Формулируются новые задачи управления эффективностью, в том числе – ускорение процесса принятия и реализации решений, переоценка бизнес-моделей, укрепление доверия заинтересованных сторон и многие другие. Решение этих задач имеет особое значение для российских предприятий, где уровень управленческого развития ниже, чем в западных компаниях.

В настоящее время управленческая теория и практика предлагают новые подходы и методы, направленные на повышение эффективности управления, в том числе: методологию всеобщего управления качеством (TQM), стандарты ИСО серии 9000, сбалансированную систему показателей (Balanced Scorecard), методологию управления эффективностью бизнеса (BPM), концепцию ключевых показателей эффективности (KPI), прикладные концепции и интегрированные информационные системы управления, а также многие другие. Однако данные методы не всегда могут быть успешно внедрены на предприятиях, поскольку их реализация требует определенных условий, в том числе, достаточно высокого уровня управленческого и информационного развития предприятия. При этом исключительную важность имеет необходимость обеспечения системности управления. Локальный характер оптимизации принимаемых решений становится барьером на пути достижения высоких результатов, повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий. В этой связи важной задачей является системная диагностика эффективности менеджмента предприятия.

Обобщение научной литературы по проблеме эффективности менеджмента дает основания сделать вывод об отсутствии единого непротиворечивого подхода к ее оценке и диагностике. Эффективность менеджмента чаще всего оценивается либо по общим результатам деятельности предприятия, либо по специфическим управленческим показателям, либо по соотношению результатов деятельности менеджмента и связанных с ними затрат на управление. Проблема усугубляется тем, что эффективность менеджмента проявляется в результатах деятельности предприятия, поэтому трудно выделить «вклад» системы управления в общие результаты предприятия. Сложность оценки обусловлена также большим количеством факторов, влияющих на деятельность системы управления и

ее результаты. Это факторы прямого и косвенного воздействия, обусловленные принятыми механизмами управления, особенностями предприятия, а также внешней средой.

Целью настоящей статьи является представление некоторых системных методов диагностики и оценки эффективности менеджмента предприятия.

Эффективность менеджмента мы будем понимать как интегральную характеристику системы управления, отражающую ее способность обеспечивать рост организованности предприятия. В силу многоаспектности эффективности менеджмента предприятия как категории она должна оцениваться на основе системы критериев и соответствующих показателей, в совокупности обеспечивающих целостное представление об эффективности. Оценка должна также учитывать многообразие факторов, влияющих на эффективность менеджмента.

Для формирования системы критериев эффективности мы адаптировали систему, предложенную С. Д. Синком [1]. Нам представляется, что для оценки эффективности менеджмента предприятия достаточным является следующий перечень критериев:

Результативность: достижение целей. Получение необходимых результатов: вовремя (своевременно); с нужными свойствами (качество); в необходимом количестве.

Прибыльность – мера взаимосвязи между финансовыми ресурсами и финансовыми результатами. Включает, в том числе, и экономичность как эффективность затрат, рациональное использование ресурсов.

Производительность – критерий, характеризующий отношение количества произведенных результатов (продуктов, услуг и др.) к количеству затраченных ресурсов. Характеризует эффективность производства результатов на ограниченных ресурсах (соотношение выходов и входов системы). Таким образом, производительность связана с двумя первыми критериями.

Инновационность – критерий, характеризующий получение новых результатов в системе – продуктов, услуг, технологий и др.

Удовлетворенность заинтересованных сторон – критерий, характеризующий отношение различных групп к результатам и условиям деятельности предприятия.

По каждому из критериев предложены подкритерии (табл. 1) и показатели. Количество и состав подкритериев и показателей определяется для конкретного предприятия индивидуально, в зависимости от его особенностей. Вместе с

тем, выбранные подкритерии должны отражать ключевые показатели эффективности предприятия.

В таблице 1 для каждого критерия представлены подкритерии, характеризующие как эффективность предприятия в целом (уровень реализации целей, доходность активов, производительность труда и т. д.), так и эффективность менеджмента (уровень стратегического планирования на предприятии, рациональность организации бизнес-процессов предприятия и т. д.). В общих результатах, полученных предприятием, непосредственно выделить «вклад» системы управления не представляется возможным, поэтому мы включаем в рассмотрение две группы показателей. Общая оценка эффективности менеджмента определяется суммой оценок по всем пяти оценочным критериям (максимум 100 баллов).

Расчет оценки эффективности по каждому подкритерию осуществляется по формуле (1):

$$ЭМ_i = \frac{P_i}{P_{i\max}} \quad (1),$$

где
 $ЭМ_i$ – оценка эффективности по i -му подкритерию;

P_i – оценка фактического уровня реализации по i -му подкритерию;

$P_{i\max}$ – пороговое значение оценки по i -ому критерию.

Расчет общей (интегральной) оценки эффективности осуществляется по формуле (2):

$$ЭМ_{\text{общ}} = \frac{\sum_i P_i}{\sum_i P_{i\max}} \quad (2),$$

где
 $ЭМ_{\text{общ}}$ – общая оценка эффективности менеджмента.

Оценки эффективности изменяются в интервале [0, 1].

При разработке системной оценки эффективности менеджмента мы опирались на идеи функциональной модели оценки менеджмента [2], которая оценивает уровень развитости (зрелости) менеджмента предприятия по степени реализации основных функций управления. Привлекательной стороной данной модели является то, что она опирается на идею непрерывного совершенствования системы управления и на диагностическую самооценку.

Таблица 1

Критерии и оценки эффективности менеджмента предприятия

№ п/п	Наименование критерия	Пороговое значение оценки (баллы)	Среднее фактическое значение (баллы)	Оценки эффективности
1.	<i>Результативность</i>	20	13	0,65
1.1.	Уровень реализации основных производственно-экономических целей предприятия	4	3	0,63
1.2.	Уровень реализации социальных целей	4	2	
1.3.	Уровень стратегического планирования на предприятии	4	3	0,67
1.4.	Уровень организации выполнения стратегических целей	4	2	
1.5.	Организация текущего управления	4	3	
2.	<i>Прибыльность</i>	20	15	0,75
2.1.	Уровень основных финансовых результатов предприятия	4	3	0,75
2.2.	Уровень управления доходами предприятия	4	2	
2.3.	Уровень управления затратами предприятия	4	3	
2.4.	Целесообразность затрат на управленческий персонал	4	4	
2.5.	Целесообразность затрат на информационные системы управления	4	3	
3.	<i>Производительность</i>	20	14	0,7
3.1.	Уровень основных производственных результатов предприятия	4	3	0,75
3.2.	Уровень управления производством основной продукции (услуг)	4	3	
3.3.	Рациональность организации бизнес-процессов предприятия	4	3	0,69
3.4.	Уровень управления материальными ресурсами предприятия	4	3	
3.5.	Уровень управления трудовыми ресурсами	4	2	
4.	<i>Удовлетворенность</i> заинтересованных сторон	20	14	0,7
4.1.	Уровень удовлетворенности основных потребителей	4	3	0,67
4.2.	Уровень удовлетворенности сотрудников	4	2	
4.3.	Уровень удовлетворенности собственников и других заинтересованных сторон	4	3	
4.4.	Содействие механизмов управления росту удовлетворенности заинтересованных сторон	4	3	0,75
4.5.	Содействие организационной культуры росту удовлетворенности заинтересованных сторон	4	3	
5.	<i>Инновационность</i>	20	12	0,6
5.1.	Инновационная направленность предприятия	4	2	0,63
5.2.	Результативность инновационной стратегии предприятия	4	3	
5.3.	Научно-технический уровень управления	4	2	0,45
5.4.	Управление инновационными процессами	4	3	
5.5.	Развитие человеческих ресурсов	4	2	
Итого		100	68	0,68

Основой для расчета оценки эффективности менеджмента предприятия является экспертная самооценка. В качестве экспертов привлекаются, прежде всего, менеджеры организации, ее работники, а также представители других групп заинтересованных сторон. Для обеспечения сопоставимости и удобства формирования интегральной оценки предлагаются одинаковые измерители (балльные оценки) и одинаковые длины шкал. Максимальная оценка по каждой из оценочных категорий составляет 4 балла, эталонный показатель по каждому из пяти критериев может достигать 20 баллов, а максимальная общая оценка эффективности менеджмента компании – 100 баллов.

В таблице 1 приведен расчет оценки эффективности менеджмента конкретного предприятия. Рассчитав оценку эффективности системы по формулам (1) и (2), можно сопоставить ее с возможными граничными значениями [0,1]. Тем самым, мы получаем информацию о величине отклонения фактического состояния системы от эталонного. По величине отклонения можно судить об уровне эффективности. Как видим, в нашем примере общая оценка (0,68) далека от 1, но все же более 0,6. С содержательной точки зрения это означает, что эффективность системы управления достаточно высока, однако существуют отдельные направления, требующие совершенствования. Можно ввести уровни эффективности менеджмента, соответствующие определенным интервалам значений оценки.

Такой подход позволяет ясно увидеть направления (критерии), по которым необходимы первоочередные улучшения эффективности менеджмента. Очевидна необходимость повышения эффективности прежде всего по направлению «инновационность», а также «результативность».

Одной из важных задач диагностики и анализа эффективности является определение факторов, повлиявших на величину, характер и динамику ее оценки. Традиционным подходом к решению этой задачи является факторный анализ, применяющийся в диагностике экономической эффективности и оперирующий строго количественными экономическими показателями. Поэтому он не подходит для диагностики предлагаемой оценки эффективности менеджмента, поскольку в ней наряду с экономическими присутствуют неэкономические показатели и качественные оценки. Вместе с тем взаимовлияние различных показателей эффективности и обуславливающих их факторов (как количественных, так и качественных) является очень важным. С. Каплан и Д.П. Нортон приводят пример компании, пытавшейся оценить причинно-следственные связи в сбалансированной системе показателей и установившей сильную зависимость морального состояния служащих от удовлетворенности потребителей, которая, в свою очередь, влияла на быстроту оплаты выставленных счетов. Выявление этой связи позволило компании существенно уменьшить дебиторскую задолженность, а, следовательно, увеличить рентабельность используемого капитала [3, с. 152]. По мнению М. Майера, общепринятые показатели, используемые в системах оценки эффективности, как правило, не взаимосвязаны между собой. Вместе с тем, во многих компаниях или их подразделениях легко обнаружить корреляцию (в том числе, отрицательную) между рентабельно-

стью, рыночной капитализацией, удовлетворенностью клиентов и эффективностью бизнеса [4, с. 68].

Рассмотрим возможности использования для диагностики и анализа факторов эффективности менеджмента методологию *когнитивных карт и когнитивного моделирования* – метода, позволяющего структурировать факторы сложной ситуации или явления, а также моделировать их развитие во времени (в том числе, разрабатывать сценарии). Этот подход был предложен для слабоструктуризованных проблем, к которым может быть отнесена и оценка эффективности менеджмента. В последние годы он получает все большее распространение (см., например, [5-7]).

Когнитивный подход ориентирован на то, чтобы активизировать интеллектуальные процессы субъекта и помочь ему зафиксировать свое представление сложной проблемной ситуации в виде некоторой модели. В качестве такой модели обычно используется «когнитивная карта», отражающая известные эксперту основные закономерности наблюдаемой ситуации в виде ориентированного знакового или взвешенного графа, в котором вершины – ключевые элементы ситуации (факторы, признаки, характеристики ситуации), а дуги между ними – причинно-следственные связи. При этом выделяют два типа причинно-следственных связей: положительные и отрицательные. При положительной связи увеличение значения фактора-причины приводит к увеличению значения фактора-следствия, а при отрицательной связи увеличение значения фактора-причины приводит к уменьшению значения фактора-следствия. Существенно, что параметры ключевых элементов и степени их взаимного влияния могут выражаться как количественными параметрами, так и качественными соотношениями.

Представим следующую когнитивную карту (рис. 1). В ней отражены четыре целевых показателя: 1.1 – Уровень реализации основных производственно-экономических целей предприятия; 1.2 – Уровень реализации социальных целей; 4.2 – Уровень удовлетворенности сотрудников; 5.1 – Инновационная направленность предприятия. В карте также представлены 7 управляемых факторов и 1 неконтролируемый («сопротивление изменениям»). В матричном виде (в виде матрицы

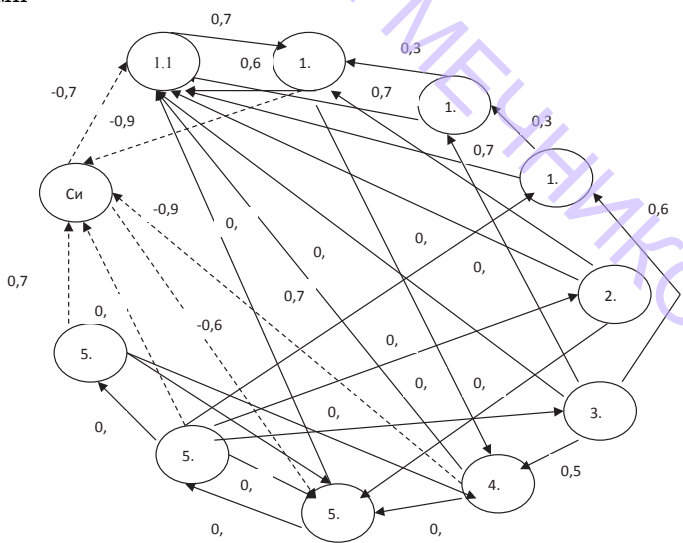


Рис. 1. Когнитивная карта эффективности менеджмента исследуемого предприятия

Когнитивная матрица эффективности менеджмента предприятия

Факторы	1.1	1.2	1.4	1.5	2.2	3.5	4.2	5.1	5.3	5.5	СИ	Контурсы
1.1	-	0,7										1.1-1.2-4.2-СИ-1.1
1.2	0,6	-					0,9			0,8	-0,9	1.2-4.2-1.1-1.2
1.4	0,7	0,3	-									1.4-1.1-1.2-4.2-5.1-5.3-3.5-1.4
1.5	0,7		0,3	-								1.5-1.1-1.2-4.2-5.1-5.3-1.5
2.2	0,5	0,7			-			0,7				2.2-1.2-4.2-5.1-5.3-2.2
3.5	0,9	0,7	0,6			-	0,5					3.5-4.2-5.1-5.3-3.5
4.2	0,7						-	0,7			-0,9	4.2-СИ-1.1-1.2-4.2
5.1	0,5							-	0,7			5.1-5.3-5.5-СИ-5.1
5.3				0,7	0,3	0,7		0,7	-	0,7	-0,5	5.3-3.5-4.2-5.1-5.3
5.5							0,7	0,5		-	-0,7	5.5-СИ-1.1-1.2-5.5
СИ	-0,7							-0,6			-	

смежности) когнитивная карта представлена в табл. 2.

Когнитивный метод позволяет проанализировать рассматриваемое явление (систему, ситуацию) в двух аспектах: с точки зрения его *структуры (статики)* и с точки зрения *динамики*. Структурный анализ – это анализ исследуемой ситуации посредством изучения структуры взаимовлияний факторов когнитивной карты. Динамический анализ ориентирован на исследование динамики поведения системы во времени, одним из способов описания которой является модель *импульсного процесса*. Он лежит в основе генерации возможных сценариев развития ситуации во времени.

Приведем некоторые аспекты структурного анализа представленной когнитивной карты. Прежде всего КК позволяет показать зависимость целевых факторов эффективности от других, в том числе, принадлежащих различным направлениям деятельности. Так, в табл. 2 показано, какие факторы влияют и с какой силой на целевые показатели. Например, мы видим, что очень высокую оценку влияния (0,9) на целевой показатель «уровень реализации основных производственно-экономических целей предприятия» имеет фактор «уровень управления трудовыми ресурсами». При этом значение оценки данного фактора низкое (2 – см. табл. 1). Следовательно, он достаточно негативно влияет на указанный целевой показатель. Довольно сильно влияют на этот же целевой показатель такие факторы, как «сопротивление изменениям» (-0,7), «уровень достижения социальных целей» (0,6), «удовлетворенность сотрудников» (0,7), т.е. факторы, связанные с организацией стратегического и текущего управления.

Целевой показатель «Уровень удовлетворенности сотрудников» влияет на другие целевые и нецелевые показатели, например, на «уровень реализации основных производственно-экономических целей предприятия» (0,7), на «инновационную направленность предприятия» (0,7), на снижение сопротивления изменениям (-0,9). Целевой показатель «Инновационная направленность предприятия» в существенной мере зависит от политики доходов (0,7), а также от научно-технического уровня управления (0,7).

Более детальный анализ факторов позволяет уточнить причины складывающейся ситуации. Так, оказывается, что на предприятии явно недостаточен уровень инвестирования в инновации, в обучение и т.д.

Таким образом, на основе предлагаемого подхода исследователь получает возможность целостного анализа системы факторов эффективности и их влияния на целевые показатели. Далее следует провести анализ контуров (представлены в табл. 2). Анализируя цепочки влияния, можно определить направление и уровень воздействия на целевые показатели, а, следовательно, и на соответствующие критерии эффективности. С помощью предлагаемого подхода целесообразно выявление «проблемных зон» менеджмента. Необходимо отметить, что возможности когнитивного подхода значительно шире, чем показано в настоящей статье, прежде всего, в области моделирования динамики рассматриваемых процессов, построения сценариев, моделирования механизмов управления ситуациями и решения других задач, направленных на повышение эффективности менеджмента предприятия.

Список литературы:

1. Синк С.Д. Управление производительностью: пер с англ. / С.Д. Синк. – М. : Прогресс, 1989.
2. Маслов Д. Применение функциональной модели оценки менеджмента для достижения устойчивых конкурентных преимуществ / Д. Маслов, П. Ватсон, Н. Чилиши // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 3. – С. 10-31.
3. Измерение результативности компании. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007.
4. Майер М.В. Оценка эффективности бизнеса / М.В. Майер. – М. : Вершина, 2004.
5. Горелова Г.В. Исследование слабоструктурированных проблем социально-экономических систем. Когнитивный подход / Г.В. Горелова. – Таганрог, 2006.
6. Когнитивная бизнес-аналитика : учебник / Под науч. ред. Н.М. Абдикеева. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 511 с.
7. Караев Р.А., Магиев М.А. Когнитивные инструменты менеджмент-консалтинга / Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 5. – С. 49-55.

Мотишина М. С.

Санкт-Петербурзький гуманітарний університет профспілок

Кірова Є. В.

Санкт-Петербурзький державний економічний університет

**СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ
ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ КОГНІТИВНОГО МОДЕЛЮВАННЯ**

Резюме

Розглянуто методичні завдання системної діагностики та оцінки ефективності менеджменту підприємства. Представлена система критеріїв. Показано можливості використання когнітивного моделювання.

Ключові слова: ефективність менеджменту, критерії ефективності, системна діагностика та оцінка, аналіз чинників, когнітивна карта.

Motyshina M. S.

St. Petersburg University of Humanities

Kirova E. V.

St. Petersburg State Economic University

**SYSTEM APPROACH TO DIAGNOSIS OF EFFICIENCY MANAGEMENT
COMPANIES USING COGNITIVE MODELING**

Summary

Methodical problems of system diagnostics and assessment of efficiency of management of the enterprise are considered. The system of criteria is presented. Possibilities of use of cognitive modeling are shown.

Key words: management efficiency, performance criteria, system diagnostics and evaluation, analysis of factors, cognitive map.

УДК 338.47(477)

Найдёнова М. В.
Громова Е. В.
Паламарчук И. В.

Украинская государственная академия железнодорожного транспорта

РОЛЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В ПРОЦЕССЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Исследованы теоретические и практические основы процесса модернизационного развития украинской экономики. В условиях глобализации мирового хозяйства модернизационное преобразование предполагает повышение конкурентоспособности на основе саморазвития и самосовершенствования. Обосновано положение, что процесс модернизации национального хозяйства Украины является производным от социально-экономической политики страны в целом, а потому понимание его украинской стороной для развития национальной экономики существенно отличается от восприятия западными исследователями и политиками.

Ключевые слова: модернизационное развитие, глобализация, конкурентоспособность экономики, стратегическое управление, внешнеэкономическая деятельность.

Постановка проблемы. Современный этап развития мирового рынка характеризуется высокой конкурентностью, прежде всего в глобализирующемся бизнесе. Повышение взаимозависимости национальных экономик, активизация интеграционных процессов ведет к объективной необходимости использования глобального подхода к ведению бизнеса. В этих условиях внешнеэкономические связи становятся все более заметной составной частью хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Сфера хозяйственной деятельности предприятия, связанная с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок определяется как его внешнеэкономическая деятельность (ВЭД).

Дальнейшее обострение конкурентной борьбы на мировых рынках, усложнение и диверсифицированность как технологических, так и организационных моделей производства, информационная насыщенность и коммуникативность ВЭД тесно связаны с целями и методикой использования экономических инструментов. Так, на основании маркетинговых решений осуществляются выбор перспективных сфер и видов деятельности предприятия, поиск наиболее выгодных для предприятия способов и условий удовлетворения потребностей внутривосточного и международного рынков, исходя из имеющегося внутреннего потенциала.

Реализация целей ВЭД в условиях глобализации предполагает стратегический уровень управления деятельностью, включающий в том числе решения, связанные с определением возможности и формы выхода на зарубежные рынки, выбор целевых сегментов, способы проникновения на них, понимания требований потребителей других стран и т.д.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические и практические основы процесса модернизационного развития рассматриваются зарубежными и отечественными исследователями, такими как Л. Абалкин, В. Архангельский, В. Польтерович, Д. Рокк, Дж. Томас, Х. Томпсон [1], М. Юнг, В. Чичканов, Н. Шмелев [2], М. Шустер, Дж. Стиглиц, Ю. Яковец и др.

В трудах отечественных и зарубежных исследователей представлен разносторонний анализ проблем развития ВЭД на уровне предприятия, факторов ее определяющих, форм и проблем государственного регулирования ВЭД. Среди них: И.Т. Балабанов, В.В. Покровская, М. Портер [3], Е.П. Пузакова, Б.М. Смитиенко, Л.Е. Стровский, Р.К.

Щенин, Дж. Сакс, Дж. Стиглиц, П. Ромер, И.Л. Фаминский, П. Фишер и др.

В современной экономической литературе вопросы теории и практики стратегического управления международной деятельностью предприятия, а также методические аспекты формирования и реализации стратегии международного маркетинга для хозяйствующих субъектов – участников ВЭД получили развитие в научных работах таких отечественных исследователей, как: О. Андреева, Г.Л. Багиев, Е.П. Голубков, В. Куденко, Г.Д. Крылова, П. Кубахов, Н. Моисеева, Р.Б. Ноздрева, А. Панибратов, Т.И. Попова, И. Семенов, В.Е. Хруцкий, Р. Фатхутдинов [4], Р.К. Щенин, а также зарубежных ученых: Ж.-Ж. Ламбен, Б. Берман, Ф. Котлер, Д.В. Кривенс, М. Портер, А. Томпсон, А. Чандлер и др.

Однако в целом в экономической литературе проблема модернизации в контексте воздействия на ее поступательность внешнеэкономических факторов практически не разработана.

Выделение не решенных ранее составляющих общей проблемы. Недостаточная разработанность методических и прикладных аспектов формирования стратегического управления внешнеэкономической деятельностью и основополагающая роль стратегического управления в повышении эффективности деятельности отдельных предприятий, обусловили цели и задачи данной статьи.

Цель статьи. Главной целью этой работы является обоснование позитивного сущностного содержания процесса модернизации национального хозяйства в рамках глобализированной мировой экономики и условий повышения эффективности воздействия внешнеэкономических факторов на модернизацию экономики Украины.

Изложение основного материала. Сложившаяся модель развития национального хозяйства Украины актуализирует выдвижение в качестве наиболее результативных внешнеэкономических факторов те, что составляют инвестиционный климат страны. В частности, доказано:

- участие государства в привлечении заемного капитала на мировом финансовом рынке не решает задачи модернизации украинской экономики, преимущественно финансируя дефицит бюджета;

- возрастание доли корпоративного заимствования до настоящего времени преследует цели спекулятивного характера и используется в качестве инструментов оттока капиталов с сопутствующим снижением уровня налогооблагаемой базы;

- политика корпоративних заїмствований должна ориентироваться не столько на внешние рынки, сколько на внутренний и должна быть подчинена конкретным задачам модернизации реального сектора.

Вместе с тем глубина и многогранность теоретических концепций не компенсирует недостаточности прикладных исследований и методик их внедрения в практическую сферу деятельности компаний. Сложившаяся ситуация усугубляется еще и тем, что в абсолютном большинстве работ практически не рассматриваются вопросы формирования стратегии управления внешнеэкономической деятельностью предприятий.

В современных условиях для Украины модернизация является базовым условием и одновременно ступенью перехода в новое общество – общество знаний, информатизации и конкурентоспособности. Только на основе всесторонней модернизации национального хозяйства Украина может выдержать конкуренцию с постиндустриальными странами, осознать себя и получить адекватное мировое признание в качестве одного из участников многополярного мирового хозяйства. В условиях глобализации мирового хозяйства модернизационное преобразование предполагает повышение конкурентоспособности на основе саморазвития и самосовершенствования. Процесс модернизации в современных условиях воспринимается не однозначно, поскольку международные теории модернизации национальной экономики рассматривают его в преломлении к различного типа государствам по-разному, т.к. это переход к современности, которая не может выступать одновременно единообразно понимаемой всеми нациями и народами. В частности, модернизация постиндустриальных стран проводится при сохранении ими своей национально-государственной независимости, и степень независимости зависит не только от эффективности национального государства, от его способности реализовывать национальные интересы, но и от социально-политической зрелости социума, проводящего модернизацию. Для экономик трансформационных стран еще в начале 90-х годов прошлого века рассматривалась в качестве преобладающей «догоняющая модернизация», или «копируемая» с хозяйственных систем постиндустриальных государств. В ряде зарубежных исследований наряду с «догоняющей модернизацией», предполагаемой в качестве оптимальной для экономики Украины, рассматривается так же приоритет влияния на модернизацию внешнеэкономических факторов, что должно получить выражение в доле внешнеторгового оборота в ВВП страны. И чем выше данный показатель, тем успешнее модернизационное преобразование экономики страны. Особая роль в данном процессе отводится транснациональным корпорациям, выступающим носителями глобализации мировой экономики в целом.

Разработчики современных теорий модернизации национальных экономик полагают, что неотъемлемыми условиями реализации модернизации, соответствующей переходу мирового хозяйства к глобализации, это наличие специализации экономической деятельности, развитие свободного рынка, урбанизация, формирование достаточно сильной школы образования, наличие политических свобод, ослабление власти политической элиты и секуляризацию общества. При этом главным условием и предпосылкой такого перехода являются рационализация распределения ресурсов на

международном уровне при устранении культурных, институциональных и организационных препятствий в традиционных обществах (например, в странах СНГ). В этой связи в качестве доминирующего положения для поступательности развития международного экономического сотрудничества Украины с постиндустриальными странами рекомендуется в целях обеспечения модернизации экономики является десоверенизация ресурсного потенциала страны, усиление взаимодействия в сфере образования и подготовки кадров при расширении миграционных потоков (интеллектуальных кадров в постиндустриальные страны, и неквалифицированной рабочей силы в Украину из стран Азии и других регионов мира). Проведение же национально ориентированной внешнеэкономической политики Украиной расценивается как следствие доминирования государства в командно-административной системе, способствующее развитию коррупции, бюрократизации в условиях низкой компетентности правящей элиты. Авторы теории модернизации экономики в глобальном хозяйстве обосновывают тезис, что ресурсы – это все, чем общество наделила природа, а потому должны использоваться теми, кто способен более эффективно работать, обладает более высоким интеллектуальным потенциалом, умеет быть креативным и активным.

Анализ выше приведенных разработок позволяет обосновать положение, что процесс модернизации национального хозяйства Украины является производным от социально-экономической политики страны в целом, а потому понимание его украинской стороной для развития национальной экономики существенно отличается от восприятия западными исследователями и политиками. И в этой связи правомерно положение, что привлечение внешних сил и иностранного потенциала должно быть подчинено целям национального развития путем активизации внутреннего потенциала, и не созданию предпочтений иностранному контрагенту. В этой связи упование на экстерналиные факторы не сформирует условий инновационного прорыва, нарастания динамики инновационной деятельности.

Внешняя торговля товарами в современных условиях выполняет двойственную роль. С одной стороны, она обладает потенциалом стимулирования национальной конкуренции, снижения внутренних цен на товары и повышения эффективности национального производства, привлечения передовых инженерно-технологических решений, способствуя тем самым переходу экономики на новый технологический уровень.

С другой – внешняя торговля может выполнять консервативную роль для национальной экономики. Это выражается в том, что сложившееся исторически (или вернее сформированное природно-климатическими условиями) международное разделение труда начинает доминировать в специализации товарного экспорта. Консервативная роль внешней торговли, как правило, особенно ярко проявляется в условиях неэффективности национального государства при проведении им стратегически не выверенной экономической политики как внутри страны, так и за ее пределами.

В дальнейшем предлагается рассматривать внешнеэкономическую деятельность производственного предприятия как стратегический бизнес-процесс, имеющий свою стратегию и ресурс для ее реализации. При этом система стратегического управления внешнеэкономической дея-

тельностью предприятия определена как целенаправленное и комплексное воздействие на структуру и организацию работы бизнес-единицы, ее внутренних, внешних отношений и объединяющих их информационных потоков с целью реализации стратегии эффективного функционирования предприятия.

При внедрении на предприятии стратегического управления необходимо руководствоваться определенным алгоритмом, на наш взгляд, наиболее полно отвечает реализации стратегического управления алгоритм на основе системы сбалансированных показателей Д. Нортон и Р. Каплана.

К основным этапам стратегического управления внешнеэкономической деятельностью можно отнести: анализ и оценку внешней среды; анализ и оценку внутренних возможностей предприятия; определение миссий предприятия; составление видения; формулировку целей и задач; установление взаимосвязи между стратегическими целями, задачами и показателями их достижения; составление внешнеэкономической стратегии предприятия; реализацию стратегии – выработку организационно-экономического механизма проникновения созданной стратегии во все бизнес-процессы; разработку методики контроля над осуществлением выбранной стратегии и алгоритма мониторинга (Рис. 1.).

В настоящее время формирование стратегии на основе анализа внешней среды и выявления основных тенденций ее развития теряет свою актуальность, поскольку нарастают темпы изменений в сочетании с глобализацией конкуренции.

Поэтому все чаще в поисках конкурентного преимущества предприятия обращают взгляд «внутрь себя», стараясь при этом идентифицировать те способности, развивая которые можно сохранять и улучшать свои конкурентные позиции. Таким образом, на первый план в стратегическом анализе выдвигается необходимость внутреннего анализа и выявления ключевых компетенций, которые будут лежать в основе стратегии и приведут к появлению устойчивого конкурентного преимущества на международном рынке.

Международный опыт деятельности компаний показывает, что наиболее устойчивая база конкурентоспособности основывается на высокой квалификации персонала, его соответствующей мотивации и вовлеченности в решение проблем производственной и сбытовой деятельности. На многих из них осуществили переход от мотивации результатов труда к мотивации профессионализма, разработке и внедрению системы тарификации с учетом ранжирования профессий и видов работ.

Предлагается механизм оценки результативности стратегического управления ВЭД предприятий, в основе которого заложена модель сбалансированной системы показателей. Она позволяет, как осуществлять руководство функционированием подсистемы, так и вести исследования эффективных направлений совершенствования процесса

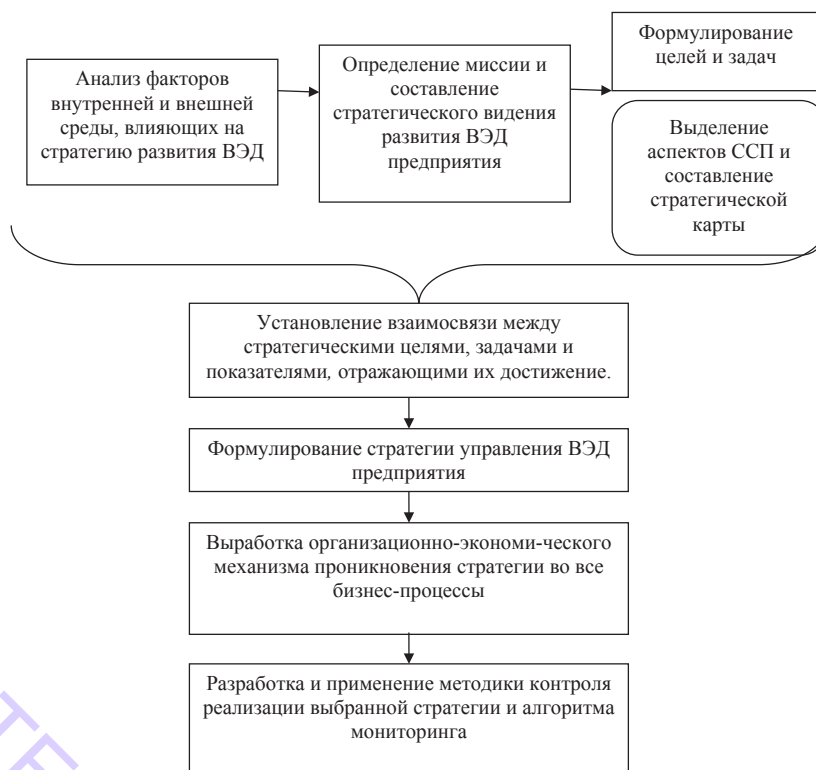


Рис. 1. Алгоритм стратегического управления внешнеэкономической деятельностью

управления ею. Применение системы сбалансированных показателей к внешнеэкономической деятельности позволит выделить ее в самостоятельный сегмент деятельности, конкретизировать внимание на данной сфере как наиболее актуальной на современном этапе.

Анализ теоретических основ стратегического управления и практики его применения в украинских компаниях позволяет разработать критерии, с помощью которых возможно оценить степень внедрения стратегического управления (Таблица 1).

Таблица 1

Критерии оценки степени внедрения стратегического управления предприятия

№ п/п	Наименование критерия
1.	Четкое представление внешней среды, выделение стратегических сегментов осуществления деятельности
2.	Четкое представление о внутренней среде компании, ее сильных и слабых сторонах, наличии конкурентных преимуществ
3.	Наличие миссии
4.	Доведения смысла и значения миссии до персонала
5.	Наличие стратегического видения
6.	Формулирование целей и задач, их доведение до персонала
7.	Ориентированность управленческого состава на выполнение стратегических задач
8.	Выделение ключевых аспектов осуществления деятельности
9.	Наличие стратегической карты
10.	Наличие причинно-следственных отношений между целями
11.	Наличие ключевых показателей деятельности компании в аспекте финансов
12.	Наличие ключевых показателей деятельности компании в аспекте внутренних бизнес-процессов

Продолжение таблицы 1

13.	Наличие ключевых показателей деятельности компании в клиентском аспекте
14.	Наличие ключевых показателей деятельности компании в аспекте нематериальных активов
15.	Наличие системы сбалансированных показателей
16.	Наличие документированной стратегии развития
17.	Наличие механизмов формализации стратегии
18.	Наличие методов каскадирования стратегии на организации, входящие в состав компании
19.	Наличие методов каскадирования стратегии в организациях, входящих в состав компании
20.	Наличие самостоятельных стратегий развития в каждой организации, входящей в группу компаний
21.	Наличие самостоятельных стратегий на производственных группах
22.	Налаженность механизмов контроля
23.	Адаптивность стратегии предприятия к новым изменяющимся условиям
24.	Проецирование стратегических целей и задач на операционную деятельность
25.	Наличие специализированных подразделений, занимающихся только вопросами стратегического развития
26.	Уровень корпоративной культуры
27.	Систематическое информирование персонала о стратегических перспективах и целях, о корректировках стратегии с объяснением причинно-следственных событий

В отдельно взятой компании разработанные критерии можно представить в таблице с указанием самого критерия, описания стадии его выполнения и математической оценки полноты выполнения по 5 бальной шкале. При составлении подобной таблицы в компании вырабатывается четкое видение процесса, его слабых и сильных сторон и необходимых дальнейших действий, выполнение которых позволит совершенствовать, оптимизировать и ускорить процесс внедрения стратегического управления.

Анализ степени внедрения стратегического управления в компаниях на основании предложенных критериев позволил сделать вывод о том,

что до конца сформированных механизмов реализации стратегического управления в них не существует, что отражает общеукраинские тенденции.

В конкретной компании предлагаемые критерии необходимо представить в таблице с указанием самого критерия, описания стадии его выполнения и математической оценки полноты выполнения по 5 бальной шкале. При наличии 27 критериев максимальное возможное количество баллов 135. По фактическому числу набранных баллов можно оценивать степень реализации стратегического управления. При составлении подобной таблицы в компании вырабатывается четкое видение процесса, его слабых и сильных сторон и необходимых дальнейших действий, выполнение которых позволит совершенствовать, оптимизировать и ускорить процесс внедрения стратегического управления. На основании такого анализа можно рекомендовать мероприятия по ускорению и совершенствованию процессов внедрения стратегического управления в украинских компаниях.

Выводы и предложения. Процесс модернизации национального хозяйства Украины носит перманентный характер и подчинен цели саморазвития и самоидентификации страны и ее хозяйствующих субъектов в мировом сообществе на основе последовательного повышения уровня национальной и международной конкурентоспособности. Доказано, что внешнеэкономические факторы только тогда обладают позитивным преобразующим эффектом, когда они органично встроены в социально-экономическую стратегию развития страны в целом. При отсутствии этого условия переход экономики Украины на инновационный путь развития может лишь в ограниченной степени стимулироваться внешнеэкономическими факторами в связи с разноцелевым пониманием зарубежными контрагентами и Украиной собственно сущности модернизации, а также форм реализации хозяйственного, инженерно-технологического и научного потенциалов Украины в современных условиях.

Список литературы:

1. А.А. Томпсон, мл. А.Дж. Стрикленд III. Стратегический менеджмент. Учебник для вузов/Томпсон А.А., Стрикленд III. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 356 с.
2. Н.Шмелев Новые реальности в развитии Европейского Союза / Шмелев Н. – Фонд «Мосты Восток – Запад», Москва, 2004. – 256 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия / М. Портер. – М. : Вильямс, 2010. – 495 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент : учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Дело, 2005. – 448 с.

Найдюнова М. В.

Громова О. В.

Паламарчук І. В.

Українська державна академія залізничного транспорту

РОЛЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ В ПРОЦЕСЕ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Резюме

Досліджено теоретичні та практичні засади процесу модернізаційного розвитку української економіки. В умовах глобалізації світового господарства модернізаційні перетворення передбачають підвищення конкурентоспроможності на основі саморозвитку і самовдосконалення. Обґрунтовано положення, що процес модернізації національного господарства України є похідним від соціально-економічної політики країни в цілому, а тому порозуміння його українською стороною для розвитку національної економіки істотно відрізняється від сприйняття західними дослідниками і політиками.

Ключові слова: модернізаційний розвиток, глобалізація, конкурентоспроможність економіки, стратегічне управління, зовнішньоекономічна діяльність.

Naydonova M. V.

Gromova O. V.

Palamarchuk I. V.

Ukrainian State Academy of Railway Transport

ROLE OF FOREIGN ECONOMIC FACTORS IN THE ECONOMY MODERNIZATION OF UKRAINE

Summary

Studied theoretical and practical framework for the process of modernization development of the Ukrainian economy. In a globalized world economy modernization transformations involves increasing competitiveness on the basis of self-development and self-improvement. Justified position that the process modernization of the national economy of Ukraine is derived from the socio- economic policy in general, but because of his understanding of the Ukrainian side to develop the national economy significantly different from that of Western scholars and politicians.

Key words: modernization development, globalization, economic competitiveness, strategic management, foreign economic activity.

УДК 339.5

Науменко С. М.
Косенок Ю. С.

Донецький державний університет управління

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ БАЗИСНИХ УМОВ ТЛУМАЧЕННЯ
МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВИХ ТЕРМІНІВ «ІНКОТЕРМС-2010»

У статті проаналізовано основні базисні умови за новими Правилами тлумачення міжнародних торгових термінів «Інкотермс-2010» порівняно з попередніми правилами «Інкотермс-2000». Визначено нормативно-правові засади застосування різних базисів постачання. Встановлено особливості формування ціни, розподілу повноважень, витрат і ризиків.

Ключові слова: зовнішньоекономічний контракт, базисні умови постачання, «Інкотермс-2000», «Інкотермс-2010».

Постановка проблеми. Під час укладення зовнішньоторгового контракту вагоме значення мають базисні умови поставки, які майже повністю регулюють взаємовідносини продавця і покупця на предмет угоди, переходу повноважень зі страхування та ризиків, а також впливають на формування витрат підприємства і на запланований фінансовий результат від проведеної операції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі внесення у розробку теоретико-практичних термінів використання кожної з умов постачання правил «Інкотермс-2010» зробили вітчизняні науковці: Сергій Свистіль, віце-президент УНК МТП з питань зовнішньоекономічної діяльності, Жуков В.Д., начальник відділу забезпечення нетарифного регулювання Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Смирнечевський О.В., начальник правління документарного бізнесу АТ «Укресімбанк»; Оксана Ликова, директор з розвитку Асоціації експортерів і імпортерів «ЗЕД»; Микола Ларін, керівник проекту «Інкотермс 2010» Асоціації експортерів і імпортерів «ЗЕД»; Наталя Мещерякова, керуючий партнер DD & IP Agency.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питання про оптимальний вибір умов постачання при укладанні зовнішньоторговельного контракту виникає досить часто. Провідний менеджер повинен передбачати ті юридичні, податкові і бухгалтерські наслідки, які спричиняють вибір тієї або іншої базисної умови постачання товарів. На сьогоднішній день основна проблема застосування базисних умов постачання полягає в тому, що нова редакція «Інкотермс-2010» існує паралельно із редакцією «Інкотермс-2000», що ускладнює процес уніфікованого сприйняття обсягів витрат і ризиків суб'єктів зовнішньої торгівлі.

Мета статті. Метою даного дослідження є аналіз основних базисних умов за новими Правилами тлумачення міжнародних торгових термінів «Інкотермс-2010» порівняно з попередніми правилами «Інкотермс-2000».

Виклад основного матеріалу. Базис поставки – спеціальні умови зовнішньоторговельної операції, що регламентують розподіл комплексу обов'язків між продавцем і покупцем. Базис поставки містить умови щодо оформлення документів, розподілу витрат і ступеня відповідальності, виконання термінів постачання з доставки товару з однієї країни в іншу. Базис поставки встановлює основу ціни товару в залежності від того, хто несе витрати, пов'язані з доставкою товару від продавця-експортера до покупця-імпортера. В ціну угоди включаються витрати, які бере на себе продавець

згідно зі своїми обов'язками по базисному умові поставки і включає їх в рахунок-фактуру. Базисні умови встановлюють основу ціни в залежності від того, включаються витрати з доставки в ціну товару чи ні (витрати з доставки товару, які несе продавець, включаються в ціну товару) [1]. Базисні умови поставок засновані на міжнародній торговій практиці і торгових звичаях.

Міжнародна торгова палата вперше в 1923 р. опублікувала збірник відомостей про прийняті в ряді країн звичаїв щодо базисів поставки товарів, в якому наводилося тлумачення 10 базисних умов в 18 країнах. В результаті проведеної Міжнародною торговою палатою роботи з уніфікації цих умов в 1936 р. були видані Правила тлумачення міжнародних торгових термінів [International Commercial Terms («Incoterms»)] [2]. Згодом – в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 і 2010 рр. – були прийняті нові редакції «Інкотермс», причому кожна нова редакція не означає автоматичного скасування попередніх, тобто сторони контракту можуть застосовувати будь-яку з редакцій. У договорі тільки необхідно вказати рік використаної редакції «Інкотермс». Правила «Інкотермс-2010», що діють в даний час, вступили в дію 1 січня 2011 року. Попередні правила «Інкотермс» було опубліковано в 2000 році і, хоча старі правила «Інкотермс» офіційно не припинили своє існування, досить швидко поширилася дія нової редакції. Правила «Інкотермс» представляють собою сукупність міжнародних комерційних термінів, що публікується Міжнародною торговою палатою. Вони є загально визнаним міжнародним стандартом і використовуються по всьому світу при укладанні, як зовнішньоторговельних контрактів купівлі-продажу товарів, так і всередині країни [3].

Головна мета Інкотермс – універсальність і однозначність в описі обов'язків обох сторін торгового договору, а основна задача – визначити ситуацію, при якій вважається, що продавець виконав свої зобов'язання так, що товар можна вважати поставленим, а також створення сукупності міжнародних правил тлумачення торговельних термінів, які найбільш часто зустрічаються в зовнішній торгівлі. Основною перевагою «Інкотермс» є те, що сторонам контракту не потрібно окремо прописувати в договорі повний перелік їх прав та обов'язків за договором, так як уніфіковане тлумачення термінів дозволяє досягти такого порозуміння, при якому у сторін зовнішньоторговельного договору не виникне суперечностей щодо його умов. «Інкотермс» носять рекомендаційний характер і застосовуються за домовленіс-

тю сторін. Але якщо в контракті при визначенні базисних умов поставки зроблено посилання на нього, то положення контракту, що мають посилання на «Інкотермс», набувають юридичної сили, і дотримання включених в контракт умов стає обов'язковим. Однак треба мати на увазі, що якщо в контракті зроблено посилання на базисні поставки по «Інкотермс», а інші пункти контракту суперечать використовуваним умовам поставки згідно з «Інкотермс», то застосовуватися повинні відповідні пункти контракту, а не «Інкотермс», оскільки вважається, що сторони встановили певні вилучення з «Інкотермс» в тлумаченні окремих базисів поставки [4].

Сфера дії «Інкотермс 2010» поширюється на права та обов'язки сторін за договором купівлі-продажу в частині поставки товарів. В основному вони визначають обов'язки, вартість і ризики, що виникають при доставці товару від продавців до покупців, вказують, як розподіляються обов'язки сторін з перевезення та страхування, забезпечення належної упаковки товару, виконання вантажно-розвантажувальних робіт, встановлення моменту переходу ризику випадкової загибелі чи пошкодження товару, усушки, утруски, природного убутку, що наступили незалежно від дій учасників договору; з отримання експортних та імпорتنих ліцензій, митне очищення (виконання митних формальностей) для вивезення та ввезення товару, порядок повідомлення покупця про поставку товару та надання йому транспортних документів, повідомлень. Кожен термін «Інкотермс-2010» представляє собою аббревіатуру з трьох букв [5]. В «Інкотермс-2010» виділяють чотири групи типів контрактів. В основу цієї класифікації покладено два принципи: визначення обов'язків сторін по відношенню до перевезення товару, що поставляється, та збільшення обсягу обов'язків продавця. Застосування того чи іншого терміну обмежує вид транспортного засобу або спосіб транспортування, а також може передбачати обов'язкове страхування вантажу стороною або сторонами.

Основні зміни в «Інкотермс-2010» в порівнянні з «Інкотермс-2000»:

1) у новій редакції правил використовується 11 термінів замість 13, два нових терміна DAT і DAP замінили чотири правила колишньої редакції DAF, DES, DEQ і DDU:

DAF – Доставлено до місця (Delivered at Place);

DAT – Доставлено на термінал (Delivered at Terminal). Тобто замість використовуваних по «Інкотермс-2000» термінів DAF (Delivered At Frontier), DES (Delivered Ex Ship) і DDU (Delivery Duty Unpaid) тепер слід використовувати DAP, а замість DEQ (Delivered Ex Quay (duty paid)) в старій редакції правил – DAT. Термін DDP (Delivery Duty Paid) залишився без змін;

2) створено два класи «Інкотермс-2010» («Інкотермс-2000» мав 4 класи): 1 клас правил – для будь-якого виду транспорту; 2 клас правил – для морських і річкових перевезень;

3) правила тепер працюють як для міжнародних, так і для внутрішніх поставок;

4) введено посилання на використання елек-

тронних записів у разі згоди сторін, або коли це загальноприйнято;

5) переглянуто страхове покриття з урахуванням правок, внесених до Institute Cargo Clauses (Інститут лондонських страховиків);

6) введено чітку вказівку відповідальності за сплату зберігання на терміналі.

За новими правилами має місце поставка на умовах DAT, коли продавець передає товар у розпорядження покупця розвантаженим на поїменованому терміналі. За умовами DAP поставка здійснена, коли продавець передає товар у розпорядження покупця в поїменованому місці на транспортному засобі готовим для розвантаження (тобто нерозвантаженим). DAT і DAP можуть використовуватися незалежно від виду транспорту, вони не обмежуються тільки морським перевезенням. Передбачається, що ці два терміни будуть використовуватися в контейнерних перевезеннях. Крім того, у назві терміна DAP не вживається термін duty, що повинно стимулювати його використання у внутрішній і вільній торгівлі поряд із зовнішньою [6-7].

За умовами FCA, CPT, CIP, FAS, FOB, CFR і CIF обов'язок продавця щодо контракту на перевезення товару було змінено, тепер продавцеві дозволяється забезпечити контракт на перевезення. Таким чином, загальновизнано, що в деяких випадках товар продається кілька разів по ланцюжку організацій, але тільки вихідний продавець дійсно укладає контракт на перевезення товару кінцевому покупцеві. Це робить «Інкотермс» більш привабливими для трейдерів сировинними товарами.

Висновки і пропозиції. У новій редакції, крім актуалізації правил до сучасних умов, були зроблені спроби зробити правила більш зручними у використанні. Точне сприйняття кожного терміну, його впливу на контрактні, транспортні та страхові обов'язки, тобто правильне використання нових Правил Міжнародної торгової палати «Інкотермс-2010», значно спрощує процес складання договору і дозволяє уникнути або, принаймні, значною мірою скоротити невизначеність різної інтерпретації торгових термінів у різних країнах. Так чи інакше, для вітчизняних ринків впровадження правил «Інкотермс» означає поглиблення інтеграції в міжнародні процеси товарної торгівлі.

Виходячи з вищевикладеного, слід пам'ятати, що застосування правил «Інкотермс» є обов'язковим для всіх суб'єктів господарювання при укладанні як зовнішньоекономічних, так і внутрішніх договорів. При цьому суб'єкти можуть застосовувати правила «Інкотермс» у будь-якій редакції, але слід пам'ятати, що остання редакція «Інкотермс» краще відповідає вимогам міжнародної торгівлі, враховує її стрімкий розвиток і нові тенденції, а також надає можливість їх безперешкодного використання і у внутрішніх договорах.

У подальшому необхідно провести детальний аналіз проблем, що виникають на практиці при застосуванні нової редакції «Інкотермс-2010», та розробити напрями вирішення діагностованих проблем.

Список літератури:

1. Кривецька О. М. Фінансовий облік : [підручник] / О. М. Кривецька. – [2-ге вид., перероб. і доп]. – Ж. : ЖІТІ, 2010. – 525 с.
2. Бухгалтерський облік і фінансова звітність в Україні / [за ред. С. Ф. Голова]. – Дніпропетровськ : Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2011.
3. Гузкар В. О. Бухгалтерський облік в Україні. Нормативи. Коментарі. Ч. 7 / В. О. Гузкар. – Луганськ : «Футура» ДСД «Лугань», 2011.

4. Брилюк Л. А. Контракты. Из практики внешнеэкономической деятельности / Л. А. Брилюк. – СПб. : ЛИТОН, 2011.
5. Применение Инкотермс в Украине необходимо урегулировать законодательно // «УкрРудПром» – информационно-аналитический портал. – 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrudprom.ua/about>.
6. Чудина С. Инкотермс-2010 в таблицах / С. Чудина // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – № 115. – С. 32-34.
7. Науменко С. М. Базисні умови постачань товарів: перспективи застосування у зовнішньоекономічних контрактах / С. М. Науменко, Є. В. Дятлов // Актуальні проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю : зб. наук. праць ДонДУУ, серія «Економіка», т. XIII, вип. 231. – Донецьк, ДонДУУ, 2012. – С. 311-319.

Науменко С. Н.

Косенок Ю. С.

Донецкий государственный университет управления

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ БАЗИСНЫХ УСЛОВИЙ ТОЛКОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ ТЕРМИНОВ «ИНКОТЕРМС-2010»

Резюме

В статье проанализированы основные базисные условия по новым Правилам толкования международных торговых терминов «Инкотермс-2010» по сравнению с предыдущими правилами «Инкотермс-2000». Определены нормативно-правовые основы применения различных базисов поставки. Установлены особенности формирования цены, распределения полномочий, затрат и рисков.

Ключевые слова: внешнеэкономический контракт, базисные условия поставок, «Инкотермс-2000», «Инкотермс-2010».

Naumenko S. N.

Kosenok Y. S.

Donetsk State University of Management

ANALYSIS OF FUNDAMENTAL BASIS OF INTERPRETATION OF THE INTERNATIONAL TRADE TERMS «INKOTERMS 2010»

Summary

The article analyzes the fundamental basic conditions for the new rules of interpretation of international trade terms «Incoterms 2010» compared to the previous rules of the «Incoterms 2000». Legal basis for the use of different bases of supply are defined. Specific features of the formation of prices, distribution of powers, costs and risks are established.

Key words: international contract, the basic conditions of supply, «Incoterms 2000», «Incoterms 2010».

УДК 338.24(477)

Носирєв О. О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОКРЕМІ МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Розглянуто питання методологічного аналізу економічного потенціалу регіонів. На основі дослідження складових економічного потенціалу регіону сформульовані пропозиції щодо механізму організаційно-економічного забезпечення підвищення економічної ефективності від залучення фінансових та інвестиційних ресурсів, забезпечення умов впровадження інновацій, ефективного використання виробничого потенціалу. Запропоновано основні напрямки стратегії регіонального розвитку в контексті підвищення ефективності використання складових економічного потенціалу.

Ключові слова: економічний потенціал, інвестиції, інноваційний потенціал, регіональна політика, виробничий потенціал.

Постановка проблеми. Управління комплексним розвитком регіону повинно ґрунтуватися, насамперед, на залежності економічних можливостей регіону від ефективності функціонування виробництва і благополуччя кожного господарюючого об'єкта території від результатів його діяльності. Тобто регіональна економічна політика має на меті збалансований пропорційний розвиток регіонів та підвищення добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В різні історичні періоди над питаннями оцінки економічного потенціалу регіону працювало багато вчених-економістів. Серед них можна виділити Б.М. Мочалова, З.В. Герасимчук, О.М. Тищенко, М.А. Хвесика, Л.М. Горбача, В.П. Волкова, Д.В. Клинового, Ю.Г. Королюк та ін. Досліджуючи існуючі методичні підходи до оцінки стратегічного потенціалу регіону, варто зазначити, що авторами розглядаються різноманітні методики аналізу та оцінки окремих структурних складових стратегічного потенціалу регіону (фінансового, трудового, виробничого, інформаційного, інфраструктурного, зовнішньоекономічного, інвестиційного, природно-ресурсного, інноваційного тощо), проте, відсутні роботи, де було б запропоновано комплексну методику аналізу та оцінки стратегічного потенціалу регіону.

Мета дослідження. Основною метою дослідження є розробка методики аналізу та оцінки стратегічного потенціалу регіону. Складність даної задачі полягає в тому, що стратегічний потенціал регіону – це складна система, всі елементи якої функціонують одночасно й в сукупності, а обрати найважливіший з них – проблематично. Найбільш об'єктивним методом дослідження стратегічного потенціалу регіону є системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Економічний потенціал регіону зазвичай розглядають як сукупні можливості регіону, його підприємств та окремих суб'єктів господарювання визначати, формувати й найбільш ефективно забезпечувати та задовольняти суспільні потреби (фактичні та потенційні) в процесі взаємодії з оточуючим середовищем і раціонально використовувати ресурси з метою забезпечення економічного зростання, суспільного добробуту, підвищення еколого-економічної безпеки регіону та країни в цілому. Економічний потенціал характеризує здатність суспільства виробляти товари і послуги, забезпечувати розширене відтворення для задоволення споживчих потреб та поліпшення якості життя населення [1, с. 76]. Величина економічного потенціалу визначається кількістю та якістю наявних економічних ресурсів, що можуть бути залучені до суспільного

виробництва, а також умовами, що забезпечують їхнє ефективне використання.

Одним з перших економістів, який вивчав проблему сутності та структури економічного потенціалу (ЕП), був Б.М. Мочалов. При оцінці вартості економічного потенціалу він пропонував розглядати її як суму вартості витрат минулої праці у вигляді основних виробничих фондів (ВФ) та матеріальних витрат (МВ), які входять до складу валового суспільного продукту, а також витрат праці на створення національного доходу (НД) плюс вартісна оцінка природних ресурсів (ПР). Таким чином, ним пропонувалось розраховувати економічний потенціал за наступною формулою (1):

$$EP = BF + MB + HD + PR \quad (1)$$

О.М. Тищенко досліджував методики оцінки економічного потенціалу регіону займався. Він розробив методику інтегральної оцінки ефективності використання ЕПР з урахуванням впливу складових його елементів, яка ґрунтується на використанні методів таксономічного аналізу та моделі еластичності. В основу цього методу покладено розрахунок впливу різних ознак інвестиційного, інноваційного, природно-ресурсного та трудового потенціалів на інтегральну оцінку ефективності використання ЕПР [2, с. 142].

За Д.В. Клиновим та Т.В. Пепою, економічний потенціал країни за рік (ЕПКр) розраховується за формулою (2):

$$EP_{кр} = EP_{ер} + EP_{нр} + EP_{р} \quad (2)$$

де $EP_{ер}$ – сукупний річний економічний потенціал країни;

$EP_{нр}$ – економічний потенціал ресурсів, не використаних в даному році для потреб суспільного виробництва;

$EP_{р}$ – додаткові нові потужності, освоєні за рік і використані в суспільному виробництві.

Спеціалізацію регіонів держави визначають за певними показниками, хоча у літературі з приводу цього існують значні критеріальні відмінності. Найбільшого поширення набули такі розрахункові показники [3, с.46]:

1) коефіцієнт міжрайонного вивозу продукції даного виду економічної діяльності (коефіцієнт товарності), який розраховують відношенням вартості продукції даного виду економічної діяльності, що вивозиться за межі регіону, до загальної вартості продукції виду економічної діяльності, що виготовляється в регіоні. Види економічної діяльності, по яких більша частина продукції вивозиться за межі країни (регіону), належать до спеціалізованих;

2) коефіцієнт локалізації (спеціалізації, зосередження), який визначається відношенням

частки певного виду економічної діяльності у загальному обсязі виробництва регіону до частки того ж виду економічної діяльності у виробництві країни. Якщо при розрахунку коефіцієнт локалізації дорівнює або більший за одиницю, то вид економічної діяльності в регіоні належить до спеціалізованого; якщо менше за одиницю – він має обслуговуюче значення;

3) коефіцієнт виробництва продукції на душу населення, який визначається відношенням частки виробництва продукції виду економічної діяльності регіону у виробництві продукції відповідним видом економічної діяльності в масштабі всієї країни до питомої ваги чисельності населення регіону у загальній чисельності населення країни. Види економічної діяльності, по яких коефіцієнт виробництва продукції на душу населення вищі за одиницю, належать до спеціалізованих. Якщо ж коефіцієнти більші за два, то це свідчить про високу товарність даного виду економічної діяльності.

Важливою складовою економічного потенціалу регіонів є виробничий потенціал. Виробничий потенціал регіону має конкретну вартісну оцінку і функціонує в різних формах виробничого капіталу. Форми виробничого капіталу:

- основний та обіговий;
- фонди обігу;
- обігові кошти.

Найважливішим є показник основних фондів підприємств, які характеризують загально-потенційні можливості регіону. Характеристика виробничого потенціалу регіону має проводитися через його галузеву структуру і за формами власності основних фондів регіону. При управлінні виробничим потенціалом особлива роль надається економічним методам (програми соціально-економічного розвитку регіону). Кількісні характеристики виробничого потенціалу регіону доповнюються якісними характеристиками (ступінь зношення основних фондів – основна з них). Аналіз виробничого потенціалу регіону не повинен бути лише зрізом його певного статичного стану, а має допо-

внюватися динамічними змінами за певний проміжок часу [1, с. 82].

На сьогодні регіонам України здебільшого притаманна орієнтація на традиційні ресурси та фактори конкурентних переваг. Ресурси, що пов'язані з інноваційною та інституційною складовими економічного зростання, задіяні значно меншою мірою:

- по-перше, однією з фактичних конкурентних переваг, яка експлуатується в Україні, залишається низька ціна робочої сили, що, у свою чергу, гальмує інноваційні процеси через відсутність зацікавленості в заміщенні людської праці технікою. Додатковим чинником відносно низького рівня заробітної плати і неякісних умов праці є низький рівень організації ринку праці та слабка самоорганізація найманих працівників з метою відстоювання власних інтересів;

- по-друге, у більшості регіонів України природні ресурси використовуються екстенсивним шляхом. Традиційна спеціалізація таких індустріальних лідерів як Донецька, Луганська, Дніпропетровська області базується, в першу чергу, на експлуатації мінеральних ресурсів, якими вони забезпечені достатньо у порівнянні з іншими регіонами України [4, с. 115].

Але така орієнтація має достатньо обмежені перспективи з огляду:

- на поступове вичерпання мінеральних (рудних та вугільних) ресурсів;
- на порушення екологічного балансу в регіонах; забруднення навколишнього середовища, що погіршує демографічну ситуацію в цих регіонах та в країні в цілому;
- на вразливість ресурсо- та енергомістких галузей до зростання світових цін на енергоносії.

Інвестиційний потенціал є важливою складовою економічного потенціалу регіону. Саме інвестиційний потенціал регіону найповніше та найсистемніше дозволяє відобразити реалії, перспективи та можливості кількісного та якісного зростання інвестування в регіоні та визначити коло необхідних і найдоцільніших для кожної території заходів, інструментів і механізмів інвестиційного розвитку. Ефективний та послідовний процес формування і нарощування інвестиційного потенціалу регіону є запорукою того, що інвестиційна активність в ньому активізується, стане прогнозованою та адекватною можливостям і потребам регіону.

Інвестиційний потенціал реалізується за рахунок економічного потенціалу при відповідних умовах. Тобто, наявність економічного потенціалу у країні приваблює інвесторів, але рівень інвестиційного потенціалу характеризується показниками швидкості та легкості реалізації потреб інвестора, тобто, якщо економічний потенціал – це економічні можливості держави, що можуть бути використані для забезпечення всіх її матеріальних та інших потреб, то інвестиційний потенціал – це можливість використання економічного потенціалу країни (регіону, підприємства) для реалізації намірів, забезпечення потреб та очікувань інвестора [4, с. 243].

Під інноваційним потенціалом регіону варто розуміти сукупну здатність науково-технічних знань і практичного досвіду, якими розташовує суспільство

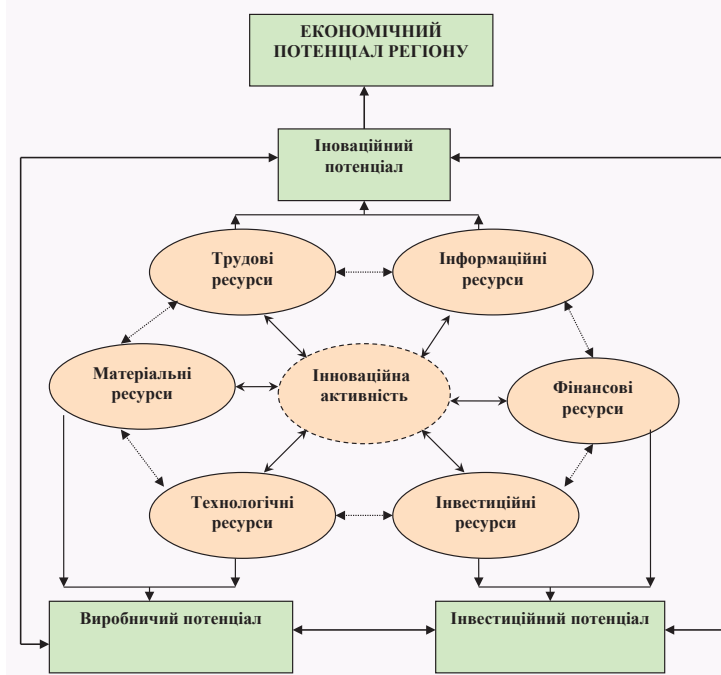


Рис. 1. Складові економічного потенціалу регіону (узагальнено автором)

на даному етапі його розвитку, щоб забезпечити найповніше використання ресурсів економічного потенціалу. Використання ресурсів в межах інноваційного потенціалу має бути цілеспрямованим й певним чином організованим з метою формування, узгодження і реалізації інноваційних потреб підприємств, регіонів, суспільства в цілому [5, с. 294]. Отже, структурована визначеність ресурсних елементів є запорукою появи синергізму як найважливішої системно-якісної характеристики інноваційного потенціалу. Інтегральний підхід дозволяє доповнити уявлення про взаємозв'язок ресурсних складових інноваційного потенціалу: можлива інтеграція ресурсних елементів інноваційного потенціалу в певні комплекси, що дозволяє найефективніше маневрувати фінансами, фондами, персоналом, інформацією тощо.

Взаємозв'язок складових економічного потенціалу регіону та ресурсів, що формують окремі складові економічного потенціалу схематично узагальнено на рисунку 1.

Накопичення позитивних змін в інноваційному потенціалі регіону створює умови для переходу до циклу його гнучкого розвитку, коли формування потенціалу відбувається на якісно новому рівні, прискорюються процеси розробки й впровадження нових підходів, методів і схем оптимізації структури ресурсно-функціональних потенціалів, їхньої оцінки і використання. Визначаючи особливості циклів формування і розвитку інноваційного потенціалу регіону, відзначимо, що існує діалектичний взаємозв'язок між стійкістю потенціалу, коли він відтворюється в межах старої якості і гнучкого розвитку, коли потенціал відтворюється на якісно новому рівні.

Для формування ефективної державної політики щодо скорочення відмінностей у соціально-економічному розвитку регіонів та розробки єдиних стандартів визначення ефективності реформ, що здійснюються на регіональному рівні, а також для моніторингу економічної безпеки окремих областей необхідно розробити інструментарій, що дозволяє здійснити оцінку як потенціалу та конкурентоспроможності регіону, так і ефективності використання цього потенціалу. Крім того, наявність єдиних показників дозволить створити сприятливий клімат для розвитку підприємництва та покращення інвестиційного клімату і здійснення більш збалансованої державної політики. При здійсненні порівняльної оцінки потенціалу регіону повинні враховуватися такі основні принципи: комплексність оцінки, що дозволяє враховувати усі найважливіші показники; системність оцінки, що передбачає врахування взаємозв'язків базових показників та характеристик регіонального розвитку; відповідність системи індикаторів завданням щорічного аналізу та прогнозування економічного та соціального розвитку регіонів; максимальна інформативність відповідних органів про результати оцінки рівня розвитку регіонів, що надає можливість прийняття оптимальних рішень на національному та регіональному рівнях державного управління [6]. Політика щодо підтримки регіонального розвитку має спрямовуватися на активізацію всього ресурсного потенціалу регіонів як основи зміцнення їхньої конкурентоздатності. Одним з напрямків розвитку регіону, який здатен забезпечити зростання конкурентоспроможності його економіки, є застосування кластерного підходу [7, с. 87] до побудови або реструктуризації регіональних економічних систем. Використання такого підходу дозволяє визначити пріоритети

економічного розвитку на мезо- та мікроекономічному рівні для формування вектора соціально-економічного розвитку регіону.

Основною метою структурної перебудови економіки регіону повинна виступати адаптація його виробничих структур до умов економічної самостійності та ринкових відносин, а також поступова інтеграція у світовий ринок шляхом пріоритетного розвитку тих галузей і підприємств, які зможуть виробляти конкурентоспроможну на внутрішньому і зовнішньому ринках продукцію. Головним критерієм формування нової структури економіки повинно стати забезпечення оптимального використання наявних ресурсів з максимальними можливими темпами економічного зростання. Важливим напрямком структурної перебудови регіональної економіки є розвиток виробництв, які орієнтуються на місцеві ресурси або ж використовують у своїй діяльності вторинну сировину. Для регіональних структур економіки вкрай важливо здійснити стратегію ресурсозбереження, яке, з одного боку, забезпечує скорочення питомого витрачання природної речовини на одиницю кінцевої продукції, а з іншого — зменшує негативне навантаження на навколишнє середовище. В свою чергу, обмеженість традиційних природних багатств, зростаюча потреба в них стимулюють процеси вдосконалення технологій на базі найповнішої утилізації первинної сировини. Ресурсозбереження і оздоровлення природного середовища — це два боки єдиного процесу досягнення еколого-економічної збалансованості у функціонуванні господарського комплексу регіону [8, с. 152].

Зростання економічного потенціалу регіону, його інфраструктурні перетворення і господарський попит важливі, а в багатьох випадках є вирішальною (наприклад, для виходу регіону з економічної депресії) умовою регіонального розвитку. Проте, зростання виробництва в окремих регіонах, реалізоване без врахування твердих вимог регіонального розвитку (гуманізація, соціальна орієнтація, стійкість, збалансованість) часто супроводжується деградацією соціально-демографічного, природно-ресурсного, екологічного, соціо- і етнокультурного й інших компонентів регіональних систем і часто навіть ініціює цю деградацію.

Висновки і пропозиції. Реалізація регіональної структурної політики, здійснення структурних трансформацій регіональної економіки можливі за умови їх повноцінного інституційного забезпечення. Останнє включає систему законодавчого і нормативного врегулювання структурних зрушень, відповідну організаційну та функціональну структуру державного і регіонального управління, систему відносин, взаємозв'язків, економічних і правових принципів та комунікацій з приводу забезпечення адекватних динамічному зовнішньому і внутрішньому середовищу структурних змін у розвитку регіональної системи. Основними напрямками підвищення економічного потенціалу регіонів України є забезпечення зростання ділової активності суб'єктів господарювання регіонів у таких сферах: збільшення випуску високотехнологічної, конкурентоспроможної на світовому ринку продукції; впровадження інновацій та розвиток трудомістких галузей економіки (приладобудування, точного машинобудування, радіотехніки); сприяння впровадженню ресурсо- та енергозберігаючих технологій і систем управління якістю; створення сучасної виробничої та транспортної інфраструктури; підвищення соціально-інфраструктурної комфортності території (шляхом завершення

будівництва соціально важливих об'єктів) та ін. Враховуючи те, що регіон — це складне багатоконпонентне територіальне утворення, розробка та здійснення регіональної політики повинні охоплювати всі її складові, тим більше, що соціальні, екологічні складові певною мірою характеризують ефективність економічних перетворень. Саме тому

ще однією важливою проблемою у формуванні та реалізації регіональної політики є перетворення соціальної політики з засобу у мету всіх економічних перетворень. Це, в свою чергу, сприятиме гармонізації відносин центру та регіонів, забезпечуватиме умови для реального підвищення добробуту людей.

Список літератури:

1. Степаненко С.В. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу регіону та управління ним [Текст] / С.В. Степаненко // Державне будівництво. — ХаріНАДУ. — 2013. — № 1. — С. 75-83.
2. Тищенко О.М. Оцінка ефективності використання економічного потенціалу [Текст] / О.М. Тищенко. — К. : ВНМУ, 2004. — 350 с.
3. Герасимчук З.В. Організаційно-економічний механізм формування та реалізації стратегії розвитку регіону [Текст] : монографія / З.В. Герасимчук, І.М. Вахович. — Луцьк : ЛДТУ, 2002. — 248 с.
4. Ковальська Л.Л. Оцінка конкурентоспроможності регіону та механізми її підвищення [Текст] : монографія. — Луцьк : Надстиря, 2007. — 420 с.
5. Солоха Д.В. Інноваційний потенціал регіону — циклічність функціонування й розвитку [Текст] / Д.В. Солоха // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки», 2001, № 6, Т. 2. — С. 293-296.
6. К. І. Оксенюк. Методика оцінки стратегічного потенціалу регіону [Електроний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?operation=1&iid=174>. 15.12.2013. Загол. з екрану..
7. Королюк, Ю. Г. Виявлення перспективних кластерних формувань як засіб управління соціально-економічним розвитком регіону: синергетичні аспекти [Текст] / Ю. Г. Королюк // Економіка та держава. — 2010. — № 12. — С. 87-89.
8. Волков В.П. Інвестиційно-інтеграційні технології соціально-економічного розвитку регіону [Текст] : монографія / В.П. Волков, Л.А. Горошкова, М.О. Панкова. — Запоріжжя : ЗНУ, 2011. — 307 с.

Носырев А. А.

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

НЕКОТОРЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Резюме

Рассмотрены вопросы методологического анализа экономического потенциала регионов. На основе исследования составляющих экономического потенциала региона сформулированы предложения относительно механизма организационно-экономического обеспечения повышения экономической эффективности от привлечения финансовых и инвестиционных ресурсов, обеспечения условий внедрения инноваций, эффективного использования производственного потенциала. Предложены основные направления стратегии регионального развития в контексте повышения эффективности использования составляющих экономического потенциала.

Ключевые слова: экономический потенциал, инвестиции, инновационный потенциал, региональная политика, производственный потенциал.

Nosyriev O. O.

National Technical University «Kharkiv Polytechnical Institute»

SOME METHODOLOGICAL ASPECTS OF REGIONAL ECONOMIC RESEARCH BUILDING

Summary

The discusses the methodological analysis of the economic potential of the regions in the article. On the basis of research components of the economic potential of the region makes proposals concerning the mechanism of organizational and economic support for improving effective economic from attracting financial and investment resources, develop capacity to implement innovations, effective utilization of productive capacity. The main directions of the regional development strategy in the context of efficiency components of the economic potential.

Key words: economic potential, investment, innovation potential, regional policy, production capacity.

УДК 330.341.12

Оксенюк К. І.

Луцький національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті розглянуто стан інноваційного розвитку економіки України. Проаналізовано рівень інноваційної активності та джерела фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Виявлено основні перешкоди, що гальмують перехід України до інноваційної моделі розвитку.

Ключові слова: інновація, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, джерела фінансування.

Постановка проблеми. В умовах посилення процесів глобалізації та міжнародної конкуренції забезпечення високого рівня інноваційної активності належить до числа головних державних пріоритетів внутрішньої політики країни. Виконання даного завдання можливе в разі реалізації інноваційної моделі розвитку економіки, що передбачає системне та послідовне впровадження сучасних досягнень наукової і науково-технічної діяльності, застосуванням передових організаційно-управлінських та виробничих систем для створення й реалізації на національних ринках наукоємних інновацій із використанням високих технологій у відповідних конкурентних середовищах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам й питанням інноваційного розвитку економіки присвячені праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, таких В. Александрової, Ю. Бажала, П. Беленького, В. Беренса, Г. Бірманна, В. Власової, О. Водачкової, В. Геєця, Л. Гітмана, А. Гойка, Н. Гончарової, М. Долішнього, Р. Іванух, С. Ільєнкової, Н. Краснокутської, Я. Крупки, О. Кузьміна, Б. Литвина, О. Лапка, А. Кутейникова, Д. Львова, Б. Патона, А. Персади, А. Пригожина, А. Савченка, А. Савчука, В. Терехова, Л. Федулової, П. Хавранека, М. Чумаченка, А. Чухна, С. Шмідта та ін. Більшість з них сходяться на думці, що саме від активності державної політики залежить інноваційний розвиток економіки. Л.І. Федулова вважає, що забезпечення економічного розвитку можливе лише у разі проведення активної інноваційної політики держави. Інноваційна діяльність може бути ефективною лише тоді, коли буде задіяний такий важливий фактор, як державне регулювання [1, с. 499].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження інноваційних процесів як складової економічного зростання зумовлене тим, що подальший економічний розвиток країни можливий лише на засадах інноваційності. Це передбачає врахування новітніх досягнень науково-технічного прогресу, підвищення наукового та технологічного рівня країни. Інновації нині стають основним засобом збільшення прибутку суб'єктів господарювання за рахунок задоволення ринкового попиту й зниження виробничих витрат порівняно з конкурентами.

Отже, розробка перспективних напрямів інноваційного розвитку економіки України в контексті трансформаційних перетворень потребує нагального вирішення.

Метою статті є дослідження сучасного стану, проблем інноваційного розвитку економіки та узагальнення отриманої інформації для розробки практичних рекомендацій.

Виклад основного матеріалу. Україна має високий природний, промисловий, технологічний і

науковий потенціал, однак детермінанти її конкурентних переваг ще не достатньо розвинені. Наслідком цього є низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів, особливо наукоємних виробів із високою доданою вартістю. Резерви зростання товарообороту із зовнішнім світовим ринком на старій структурній основі та цінній конкурентоспроможності фактично вичерпані. Місце України на світовому ринку в майбутньому залежатиме насамперед від того, наскільки ефективно розв'язуватиметься найближчими роками питання підвищення конкурентоспроможності її економіки на основі інновацій.

В економіці України домінують низькотехнологічні види економічної діяльності, які можна віднести до малонаукоємних: добувна і паливна – 0,8–1%; харчова, легка промисловість, агропромисловість – 1,2%. У цілому домінує відтворення виробництва 3-го технологічного укладу (гірнична металургія, залізничний транспорт, багатотоннажна неорганічна хімія та ін.). Відповідно майже 95% вітчизняної продукції належить до виробництв 3-го та 4-го технологічних укладів [2, с. 255].

Стан інноваційної діяльності в Україні більшість експертів-науковців визначають як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у країнах, для яких інноваційний розвиток є пріоритетним завданням економічної стратегії. Рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств за 2000-2012 роки подано у табл. 1.

Таблиця 1
Інноваційна активність вітчизняних підприємств за роками

Рік	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	Загальна сума витрат, млн. грн.
2000	18,0	1760,1
2001	16,5	1979,4
2002	18,0	3018,3
2003	15,1	3059,8
2004	13,7	4534,6
2005	11,9	5751,6
2006	11,2	6160,0
2007	14,2	10850,9
2008	13,0	11994,2
2009	12,8	7949,9
2010	13,8	8045,5
2011	16,2	14333,9
2012	17,4	11480,6

Структуру джерел фінансування інноваційної діяльності України за 2000-2012 роки відображено в таблиці 2.

Таблиця 2

Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні

Рік	Загальна сума витрат, млн. грн.	У тому числі за рахунок коштів, млн. грн.			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
2000	1757,1	1399,3	7,7	133,1	217,0
2001	1971,4	1654,0	55,8	58,5	203,1
2002	3013,8	2141,8	45,5	264,1	562,4
2003	3059,8	2148,4	93,0	130,0	688,4
2004	4534,6	3501,5	63,4	112,4	857,3
2005	5751,6	5045,4	28,1	157,9	520,2
2006	6160,0	5211,4	114,4	176,2	658,0
2007	10850,9	7999,6	144,8	321,8	2384,7
2008	11994,2	7264,0	336,9	115,4	4277,9
2009	7949,9	5169,4	127,0	1512,9	1140,6
2010	8045,5	4775,2	87,0	2411,4	771,9
2011	14333,9	7585,6	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6

Згідно з даними табл. 2, протягом 2000-2012 років основним джерелом фінансування інноваційної діяльності в Україні були власні кошти підприємств, обсяг яких набрав максимального значення в докризовий 2007 рік і становив майже 8 млрд. грн. За статистичними даними, до 2012 року цей показник так і не повернувся до показника 2007 року. В той час як світова практика свідчить, що для фінансування інвестицій в інноваційну діяльність широко застосовуються саме позикові засоби, а не власні кошти підприємств. Обсяги іноземних інвестицій у 2011 році різко скоротилися. Як наслідок, обсяги фінансування інновацій за рахунок іноземних інвестицій зменшились в порівнянні з 2009 роком на 96,2%. В середньому на цей вид джерел припадало близько 3% від загальної суми. Держава у фінансуванні інноваційного розвитку протягом досліджуваного періоду була доволі пасивною, за рахунок державних коштів фінансувалося лише 1-2% інноваційних процесів в економіці.

Варто відмітити, що вітчизняні науковці та органи державної влади розробили Проект «Стратегії інноваційного розвитку України на 2010-2020 рр. в умовах глобалізаційних викликів» (далі – Стратегія) із врахуванням ключових положень, закладених в проекті «Стратегії інноваційного розвитку України на 2009-2018 роки та на період до 2039 року». Ця Стратегія являє собою комплексну модель інноваційного розвитку України на основі чітко визначених стратегічних пріоритетів та ключових заходів. Головна мета Стратегії має конкретне кількісне визначення: забезпечити в зазначений термін (до 2020 р.) підвищення впливу інновацій на економічне зростання України в 1,5-2 рази порівняно з теперішнім часом. У Стратегії закладені такі основні пріоритети [3]:

- адаптація інноваційної системи України до умов глобалізації та підвищення її конкурентоспроможності;
- переорієнтація системи продукування інновацій на ринковий попит і споживача;
- створення привабливих умов для творців інновацій, стимулювання інноваційної активності підприємництва;
- системний підхід в управлінні інноваційним розвитком, інформатизація суспільства.

До ключових проблем у формуванні й реалізації державної інноваційної політики в Україні належать [4, с. 24]:

- недостатня якість бізнес-середовища, збереження нерозвиненості умов для справедливої кон-

курентції на ринках, а також за одержання державної підтримки;

- збереження значних бар'єрів для поширення в економіці нових технологій, обумовлених відсутністю державної технологічної політики й неефективним галузевим регулюванням, включаючи процедури сертифікації, митне і податкове адміністрування;

- недостатність зусиль регіональної й місцевої влади щодо поліпшення умов для інноваційної діяльності;

- взаємодія бізнесу й держави у формуванні й реалізації інноваційної політики поки що не має регулярного характеру, не забезпечує збалансованого вираження інтересів різних інноваційно-активних підприємств, особливо в нових секторах, що формуються;

- недостатня ефективність інструментів державної підтримки інновацій: обмежена гнучкість, нерозвиненість механізмів розподілу ризиків між державою й бізнесом, слабка орієнтованість на стимулювання зв'язків між різними учасниками інноваційних процесів на формування й розвитку науково-виробничих та технологічних партнерств.

Для того, щоб подолати проблеми, які гальмують розвиток інноваційної політики, – потрібно врахувати найбільш сприятливі інструменти, які впливають на розвиток інноваційної діяльності. Серед цих інструментів є наука, освіта, підприємництво, механізми фінансування інновацій, механізми захисту відносин інтелектуальної власності. Завдяки комплексу інструментів можливе формування сучасної національної інноваційної системи.

Перспективним напрямом діяльності є формування регіональних інноваційних кластерів – комплексів підприємств (промислових компаній, дослідницьких центрів, наукових установ), органів державного управління, громадських організацій на базі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, пов'язаних технологічним ланцюжком.

Регіональні інноваційні процеси значною мірою визначатимуть перспективи соціально-економічного розвитку України, забезпечення її міжнародної конкурентоспроможності в нових умовах високої динамічної світової економіки.

Здійснення цілеспрямованих структурно-функціональних змін в економіці має привести до кар-

динальної зміни ситуації в усіх видах економічної діяльності і тим самим до збільшення частки інноваційного фактора в прирості ВВП.

Висновки і пропозиції. Отже, в Україні на зріла потреба перегляду методологічних підходів розвитку інноваційної діяльності, розробки нових принципів і механізмів інноваційного розвитку економіки відповідно до реальних умов.

Для досягнення інноваційного розвитку економіки потрібна взаємозалежна, керована державою система, яка здатна зробити інновації вигідними, зручними і мінімально ризикованими для довгострокового вкладення капіталу. Створення такої системи вимагає впровадження економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності з

врахуванням взаємних інтересів учасників інноваційного проекту, суміщення кількох сфер економіки (фондового ринку, системи бухгалтерського обліку й оподаткування, ринку, лізингу, регулювання гарантій, компенсацій тощо).

Забезпечення рівня конкурентоспроможності вітчизняних наукових досліджень на внутрішньому і міжнародному ринках повинно стати основним напрямком сучасної політики держави у сфері активізації інноваційної діяльності, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва. Саме від цього нині найбільшою мірою залежать можливості реалізації інноваційних процесів і забезпечення високої ефективності національної економіки.

Список літератури:

1. Федуллова Л.І. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика [текст] / Л.І. Федуллова. – Монографія. – К. : Основа, 2005. – 552 с.
2. Арутюнян С.С. Інноваційна складова нової моделі економічного розвитку України у посткризовий період / С.С. Арутюнян, Р.Р. Арутюнян // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 691. – С. 253-257.
3. Проект «Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.pir.dp.ua/uploads/StrategizInnovRazvitiyaUkr.doc.
4. Федуллова Л. Концептуальні модель інноваційної стратегії України / Л. Федуллова // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 1. – С. 87-100.

Оксенюк Е. И.

Луцкий национальный технический университет

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Резюме

В статье рассмотрено состояние инновационного развития экономики Украины. Проанализирован уровень инновационной активности и источника финансирования инновационной деятельности отечественных предприятий. Обнаружены основные препятствия, которые тормозят переход Украины к инновационной модели развития.

Ключевые слова: инновация, инновационное развитие, инновационная деятельность, источники финансирования.

Oksenyuk K. I.

Lutsk National Technical University

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMY OF UKRAINE: PROBLEMS AND PROSPECTS

Summary

The article reviews the state of innovation development of the economy of Ukraine. The level of innovation activity and funding innovation of domestic enterprises is analysed. The basic obstacles that hinder Ukraine's transition to an innovative model of development.

Key words: innovation, innovative development, innovative activity, sourcings.

УДК 005.5:331.101.2

Олицька Т. А.
Базалійська Н. П.
Хмельницький національний університет

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛІНГУ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

У даній статті розглянуто визначення сутності контролінгу персоналу в організації. Проаналізовано існуючі підходи до реалізації контролінгу на підприємстві та визначено особливостями контролінгу персоналу на сучасному етапі.

Ключові слова: контролінг, персонал, кадри, людські ресурси, управління персоналом.

Постановка проблеми. Для забезпечення стабільного економічного розвитку України важливу роль має вирішення проблем, що пов'язані з підвищенням якості формування та використання людського ресурсу. Враховуючи складну структуру цього ресурсу та його численні особливості на сучасному етапі розвитку управління соціотехнічними системами, підприємству стає вкрай необхідно сформулювати ефективний механізм оцінки та корекції стану персоналу. Однією з таких можливостей вбачається впровадження системи контролінгу, що міститиме низку взаємопов'язаних цілеспрямованих заходів з оптимізації використання людського ресурсу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження особливостей застосування контролінгу персоналу в організації привертають увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців та практиків, а саме Л. Балабанової та О. Стельмащенко, О. Гасило, С. Ковальова, А. Михайлової, А. Полозової та С. Євсєєвої, Г. Панченко та інших.

Метою даної статті є визначення методологічних особливостей контролінгу персоналу в організації на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. В умовах ринкової економіки більшість підприємств для зменшення негативного впливу змін зовнішнього середовища використовують таку сучасну технологію управління, як контролінг. Контролінг дозволяє вчасно виявити загрози та можливості, що виникають у зовнішньому середовищі, та розробляє відповідні рекомендації для прийняття управлінських рішень. Крім того, контролінг спрямований на виявлення та ліквідацію проблемних моментів у процесі діяльності підприємства, а отже може використовуватись у сфері управління персоналом з метою підвищення соціальної та економічної ефективності даного процесу, оскільки саме від ефективності управління персоналом залежить ефективність управління діяльністю підприємства в цілому.

Однак, як свідчить практика, на підприємствах використовуються лише певні інструменти контролінгу персоналу, оскільки відсутній єдиний концептуальний підхід щодо визначення його сутності, а отже використання даної технології не може носити комплексного системного характеру, що забезпечує ефективність її використання.

Розгляд сутності терміну «контролінг персоналу» повинен передбачати усвідомлення науковцями, перш за все, таких понять, як: «персонал», «кадри», «людські ресурси», оскільки різні підходи щодо визначення терміну «контролінг персоналу», виявили, що більшість науковців, які займаються проблемами управління персоналом, ототожнюють ці поняття. Тому зустрічаються різні точки зору на вживання, визначення і трактування термінів: «контролінг персоналу», «контро-

лінг людських ресурсів», «кадровий контролінг», «контролінг кадрів», а іноді і ототожнення цих понять.

Під контролінгом більшість дослідників розуміють функціональну систему планування, контролю, аналізу відхилень, координації, внутрішнього консалтингу та загального інформаційного забезпечення керівництва підприємством; це спеціальна, саморегульовальна система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль та внутрішній консалтинг [1, с. 12].

Отже, перш ніж перейти до аналізу підходів щодо визначення цих термінів, слід обґрунтувати доцільність використання певного терміну для характеристики процесів контролінгу у сфері управління персоналом.

Згідно з думкою О. Гасило, контролінг – це система, що покликана забезпечити інформаційно-методологічну підтримку прийняття управлінських рішень та координацію діяльності різних підрозділів і працівників підприємств для досягнення загальних цілей підприємства, отже більш доречно замість «контролінгу персоналу» використовувати термін «контролінг управління персоналом». Тому що контролінг управління персоналом як концепція управління, містить у собі не лише функцію аудиту персоналу (під яким більшість вчених розуміє контролінг персоналу), але й функції інформаційно-аналітичного забезпечення, планування, аналізу, моніторингу, контролю та регулювання процесів щодо управління персоналом підприємств [2, с. 37].

Як і будь-яка система управління підприємством, впровадження контролінгу передбачає певні витрати на приведення інституційної, інфраструктурної, адміністративно-правової та кадрової сфер діяльності підприємства до відповідності новим цілям та критеріям управління. Основними проблемами при впровадженні системи контролінгу на підприємствах є: неправильне розуміння завдань контролінгу, помилки при виборі цілей, недостатня кількість інформації, не правильне будівництво системи контролінгу та ін. Для вирішення проблем та здійснення перетворень формуються принципи, що концентрують увагу та зусилля менеджменту підприємства під час трансформації системи управління на досягненні певних еталонних станів об'єкта управління. При чому зі збільшенням кількості змін у системі управління зростає і вартість такої перебудови.

Оскільки контролінг – це технологія управління, спрямована на забезпечення досягнення цілей діяльності підприємства, а в забезпеченні досягнення цілей беруть участь не лише штатні кваліфіковані працівники (кадри), але й нештатні працівники підприємств (стажисти, практиканти

та інші), що працюють як на оплатній основі, так і в ряді випадків безкоштовно, доцільним вважається для характеристики процесів контролінгу в сфері управління персоналом використовувати термін «контролінг персоналу».

Науковці Л. Балабанова та О. Стельмашенко обґрунтували необхідність удосконалення дефініції такої категорії, як «персонал», оскільки виявили, що більшість авторів у своїх роботах роблять акцент на те, що до персоналу належать лише постійні працівники підприємства, які входять до основного штату і володіють необхідним рівнем кваліфікації. Так на їх думку, персонал доцільно визначати як сукупність всіх працівників підприємства, зайнятих виконанням певних обов'язків [1, с. 13].

Кадри підприємства – основний штатний склад кваліфікованих працівників організації.

Т. Лукіних пропонує визначати людські ресурси як сукупність трудових, інтелектуальних, творчих, підприємницьких здібностей і моральних якостей робітників, раціональне використання, формування і розвиток яких забезпечує ефективність і конкурентоспроможність організаціям в ринковому інноваційному середовищі [6, с. 180].

Слід зауважити, що людські ресурси в останні роки розглядаються як основний стратегічний ресурс організації, що на відміну від матеріальних, фінансових, інформаційних та інших видів ресурсів підприємства виступає головним фактором забезпечення продуктивності праці, стратегічної спрямованості діяльності, а отже – ефективності і забезпечення успішної тривалої діяльності підприємства на ринку. Отже, людські ресурси розглядаються як економічна категорія і її застосування є доцільним під час реалізації ресурсного контролінгу, а не соціально-орієнтованого.

Г. Панченко зауважує, що контролінг формування і використання людських ресурсів – орієнтована на досягнення цілей суб'єкта управління система планування, координації, аналізу та інформаційного забезпечення процесів формування і використання людських ресурсів [5, с. 36]. Контролінг персоналу – це інструмент управління, що дозволяє більш ефективно реалізовувати кадрову функцію в менеджменті підприємства для досягнення оперативних і стратегічних цілей за допомогою забезпечення підтримки, координації і оптимізації як всієї системи управління людськими ресурсами, так і окремих сфер управління. Кадровий контролінг є інструментом управління людськими ресурсами і служить для підвищення продуктивності та гнучкості виробництва, а також для зниження витрат, пов'язаних із працівниками підприємства [5, с. 54].

Кадровий контролінг, на думку А. Михайлової, це система інформаційно-аналітичної і методичної підтримки прийняття управлінських рішень у системі управління персоналом з метою підвищення ефективності організації [3, с. 29].

Контролінг персоналу потрібно розглядати як технологію управління, що направлена на розробку рекомендацій та підтримку управлінських рішень у сфері управління персоналом, що допомагає забезпечити досягнення цілей підприємства на основі підвищення гнучкості та адаптивності системи управління персоналом та вдосконалення підходів щодо планування, інформаційно-аналітичного забезпечення та



Рис. 1. Рівні контролінгу персоналу

здійснення контролю над окремими процесами управління персоналом [2, с. 32].

На думку С. Ковальова, контролінг у системі управління персоналом організації ставить за мету підтримку планування, управління, контролю та інформаційного забезпечення всіх заходів у сфері кадрового господарства (рис. 1). Основною ідеєю контролінгу персоналу виступає впровадження обґрунтованих (необхідних і достатніх) планових значень показників за всіма елементами системи управління персоналом [4, с. 11-12]. Основне застосування контролінгу полягає в аналізі прибутку при різноманітних варіантах кадрової політики [4, с. 13].

У цьому випадку автор розглядає контролінг персоналу як монетарну концепцію контролінгу, що використовує лише конкретні показники та спрямована на забезпечення кількісних цілей. Однак слід зауважити, що контролінг персоналу слід віднести до соціально-орієнтованої концепції контролінгу, оскільки ця концепція створена для людини і її складовою виступає людина. Безумовно, контролінг персоналу як система використовує і певні елементи монетарної концепції контролінгу, зокрема однією з задач контролінгу персоналу є управління витратами на персонал, що, як наслідок, впливає на управління прибутком підприємства. Разом з тим контролінг персоналу спрямований на забезпечення досягнення не лише кількісних, але й якісних цілей (наприклад забезпечення задоволеності робітників працею та її умовами, створення сприятливого морально-психологічного клімату тощо).

Основне розуміння концепції контролінгу персоналу прийняте авторами А. Полозовою та С. Євсеевою [6, с. 2], знаходиться на перетині двох площин управління персоналом у досягненні цілей організації:

- як технологія інструментального управління персоналом, що є складним об'єктом управління, що тонко, неоднозначно і невизначено сприймає управлінський вплив;

- як системний процес управління персоналом на базі можливості критично оцінювати ситуацію, самостійно або колективно приймати управлінське рішення щодо досягнення цілей організації.

Особливостями контролінгу персоналу на сучасному етапі є наступні:

- як складових системи контролінгу діяльності підприємства, призначенням якої є забезпечення ефективності процесів управління персоналом



Рис. 2. Точки зору контролінгу персоналу

(ефективності і оптимальності витрат на персонал, продуктивності праці, досягнення цілей) та стратегічної спрямованості діяльності, а отже забезпечення успішності і тривалості діяльності підприємства на ринку;

- контролінг персоналу забезпечує використання соціально-орієнтованої концепції контролінгу підприємством, оскільки забезпечує збалансоване управління на основі монетарних і не фінансових показників;

- контролінг персоналу за своєю сутністю є процес-орієнтованим контролінгом, оскільки орієнтований на супровідні процеси в сфері управління персоналом. Перспективами подальших до-

сліджень у цьому напрямку є розробка концепції контролінгу персоналу та рекомендацій щодо її використання підприємствами торгівлі на практиці.

Висновки. Отже, контролінг персоналу доцільно розглядати як технологію управління, спрямовану на розробку рекомендацій та підтримку управлінських рішень в сфері управління персоналом, спроможну забезпечити досягнення цілей підприємства на засадах підвищення гнучкості та адаптивності системи управління персоналом та вдосконалення підходів щодо планування, моніторингу, інформаційно-аналітичного забезпечення та контролю окремих процесів управління персоналом.

Список літератури:

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки : монографія / Л.В. Балабанова, О.В. Стельмашенко; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк [ДонНУЕТ], 2010. – 238 с.
2. Гасило О. О. Контролінг управління персоналом підприємств / О. О. Гасило // Торгівля і ринок України : Тем. зб. наук. праць з проблем торгівлі і громадського харчування. Вип. 25. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. Т. 1. – С. 369-374.
3. Михайлова А. В. Розвиток кадрового контролінгу в системі управління персоналом організації : автореферат кандидата екон. наук : 08.00.05 / Михайлова Ганна Вікторівна. – М., 2006. – 210 с.
4. Ковалев С. В. Система контролінга персоналу промислової організації / С. В. Ковалев. – М. : КНОРУС, 2010. – 264 с.
5. Панченко Г. С. Контролінг формування та використання людських ресурсів: автореф. кандидата екон. наук : 08.00.07 / Панченко Ганна Степанівна. – Донецьк, 2008. – 214 с.
6. Полозова А. Н. Концептуальные положения персонал-контроллинга в производственных организациях / А. Н. Полозова, С. В. Евсеева // Проблемы региональной экономики [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2011/1101.htm>.

Олицкая Т. А.

Базалийска Н. П.

Хмельницький національний університет

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Резюме

В данной статье рассмотрены определения сущности контроллинга персонала в организации. Проанализированы существующие подходы к реализации контроллинга на предприятии и определены особенностями контроллинга персонала на современном этапе.

Ключевые слова: контроллинг, персонал, кадры, человеческие ресурсы, управление персоналом.

Olitskaya T. A.
Bazaliyska N. P.
Khmelnitsky National University

FEATURES METHODOLOGICAL CONTROLLING PERSONNEL IN THE ORGANIZATION

Summary

In this article the definition of the essence of controlling personnel in the organization. Existing approaches to the implementation of controlling the company and peculiarities of controlling staff today.

Key words: controlling, personnel, personnel, human resources and personnel management.

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА ОНУ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

НАШІ АВТОРИ

1. **Базалійська Наталія Петрівна** – асистент кафедри управління персоналом та економіки праці Хмельницького національного університету
2. **Гончар Ольга Іванівна** – кандидат економічних наук, доцент Хмельницького національного університету
3. **Громова Олена Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент Української державної академії залізничного транспорту
4. **Єременко Олена Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент Донецького державного університету управління
5. **Задорожня Вероніка Олександрівна** – студентка Запорізької державної інженерної академії
6. **Златкіна Олена Дмитрівна** – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
7. **Зоріна Олена Іванівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Маркетинг на транспорті» Української державної академії залізничного транспорту
8. **Іванкова Діляра Рашитівна** – аспірант Донецького національного університету
9. **Казанський Максим Вікторович** – студент Національного університету харчових технологій
10. **Калмикова Наталія Михайлівна** – кандидат економічних наук, доцент Донецького національного технічного університету
11. **Калоша Наталія Михайлівна** – студентка Української інженерно-педагогічної академії
12. **Кам'янська Ольга Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
13. **Карнаушенко Алла Сергіївна** – аспірант кафедри обліку і аудиту та фінансів Херсонського державного аграрного університету
14. **Квасній Зеновій Васильович** – аспірант Прикарпатського національного університету імені Івана Франка
15. **Кернасюк Юрій Валентинович** – кандидат економічних наук Кіровоградської державної сільсько-господарської дослідної станції Національної академії аграрних наук України
16. **Кирилич Христина Володимирівна** – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин Львівського національного університету імені Івана Франка
17. **Кирилич Юрій Володимирович** – аспірант кафедри міжнародного економічного аналізу та фінансів Львівського національного університету імені Івана Франка
18. **Кисільова Ірина Юріївна** – кандидат фізико-математичних наук, доцент Запорізького національного університету
19. **Кінчевська Юлія Юріївна** – аспірант кафедри міжнародної економіки Донецького національного університету
20. **Кірова Олена Владиславівна** – аспірант Санкт-Петербурзького державного економічного університету
21. **Кіт Леся Зеновіївна** – аспірант Інституту регіональних досліджень Національної академії наук України
22. **Кондаурова Інна Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент Донецького національного технічного університету
23. **Кондратьєва Тетяна Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент Луганського національного університету імені Тараса Шевченка
24. **Кондрацька Наталія Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів і економіки природокористування Національного університету водного господарства та природокористування
25. **Коновал Вікторія Вікторівна** – здобувач Хмельницького національного університету
26. **Копитко Марта Іванівна** – кандидат економічних наук, доцент Львівського державного університету внутрішніх справ
27. **Корнілова Наталія Вікторівна** – старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Черкаського державного технологічного університету
28. **Косенок Юлія Сергіївна** – студентка Донецького державного університету управління
29. **Котенко Надія Миколаївна** – аспірант Житомирського національного агроекологічного університету
30. **Котигорошко Олеся Ігорівна** – здобувач кафедри економіки підприємства, менеджменту та логістики Ужгородського національного університету
31. **Котлярова Ірина Анатоліївна** – студент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
32. **Кравцова Альона Володимирівна** – кандидат економічних наук, викладач кафедри туризму Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
33. **Крамаренко Ірина Сергіївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри «Фінанси та кредит» Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
34. **Красноштан Олександр Михайлович** – кандидат технічних наук, доцент Національного транспортного університету
35. **Красовська Олена Юріївна** – кандидат економічних наук, доцент Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля
36. **Крижановська Олена Вікторівна** – аспірант кафедри обліку та аудиту Міжнародного університету бізнесу і права
37. **Ладунка Глона Сергіївна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємств Бердянського державного педагогічного університету

38. Лановська Галина Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Національного університету харчових технологій
39. Лебідь Аліна Сергіївна – студентка Донецького державного університету управління
40. Леженко Людмила Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку підприємницької діяльності Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
41. Лисенко Олена Анатоліївна – кандидат фізико-математичних наук, доцент Національного університету харчових технологій
42. Лізогуб Римма Петрівна – кандидат економічних наук, доцент Донецького державного університету управління
43. Ліхновський Павло Михайлович – кандидат економічних наук Тернопільського національного економічного університету
44. Луференко Ліна Юріївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Житомирського державного університету імені Івана Франка
45. Ляшко Ірина Ігорівна – кандидат наук з державного управління, доцент Донецького державного університету управління
46. Ляшок Ярослав Олександрович – кандидат технічних наук, доцент Червоноармійського індустріального інституту Донецького національного технічного університету
47. Майн Вікторія Василівна – аспірант Херсонського державного аграрного університету
48. Макогон Юрій Володимирович – доктор економічних наук, професор Донецького національного університету
49. Максимук Надія Володимирівна – студентка Донецького національного технічного університету
50. Мамонов Костянтин Анатолійович – доктор економічних наук, професор Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова
51. Марич Максим Григорович – асистент кафедри грошового обігу і кредиту Буковинського державного фінансово-економічного університету
52. Мельник Ірина Андріївна – студентка Київського національного університету імені Тараса Шевченка
53. Михайленко Ольга Валеріївна – кандидат економічних наук, доцент Національного університету харчових технологій
54. Мігун Поліна Анатоліївна – студент Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»
55. Морщенок Тетяна Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент Запорізької державної інженерної академії
56. Мотишина Марина Станіславівна – доктор економічних наук, професор Санкт-Петербурзького гуманітарного університету профспілок
57. Найдонова Марина Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент Української державної академії залізничного транспорту
58. Науменко Світлана Миколаївна – кандидат наук з державного управління, доцент Донецького державного університету управління
59. Носирев Олександр Олександрович – кандидат географічних наук, доцент кафедри фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»
60. Оксенюк Катерина Ігорівна – кандидат економічних наук, доцент Луцького національного технічного університету
61. Олицька Тетяна Анатоліївна – студентка Хмельницького національного університету
62. Паламарчук Ігор Васильович – кандидат економічних наук, доцент Української державної академії залізничного транспорту
63. Петренко Вікторія Сергіївна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету
64. Пиркова Ольга Володимирівна – аспірант кафедри фінансово-економічної безпеки, обліку і аудиту Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова
65. Позднякова Олена Романівна – магістр Донецького національного технічного університету
66. Федорова Юлія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Української інженерно-педагогічної академії
67. Фірсова Світлана Германівна – кандидат економічних наук, доцент Київського національного університету імені Тараса Шевченка
68. Химинець Володимир Васильович – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету
69. Цибко Марина Олександрівна – студентка Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
70. Шульц Світлана Леонідівна – доктор економічних наук, завідувач відділу регіональної економічної політики Інституту регіональних досліджень Національної академії наук України
71. Щербан Ореста Ярославівна – викладач Національного університету «Львівська політехніка»