

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

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

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

Том 16. Випуск 20. 2011

Одеса
2011

УДК 330.1:378.1

Ф. В. Абрамов

Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМАЛЬНЫХ ПРАВИЛ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

В статье рассматриваются основные критерии эффективности формальных правил. Анализируются основные факторы неэффективности формальных правил. Рассматривается влияние уровня транзакционных издержек бюрократических процедур на эффективность формальных правил.

Ключевые слова: экономический рост, институты, институциональные реформы, транзакционные издержки, бюрократические процедуры, формальные правила, неформальные правила.

Одним из важнейших факторов экономического роста является наличие благоприятной институциональной среды [1]. Принятие эффективных формальных правил может стать предпосылкой успешных реформ и способствовать экономическому росту и, напротив, принятие неэффективных формальных правил может привести к усугублению накопившихся в обществе проблем и экономическому спаду. В связи с этим возникает насущная необходимость оценки эффективности как уже существующих, так и вновь принимаемых формальных правил.

Первые попытки прямого заимствования эффективных формальных правил на начальных этапах институциональных реформ, как в Украине, так и в других странах — бывших республиках СССР, не дали желаемого результата, что способствовало распространению более осторожных взглядов относительно успешности заимствования формальных правил [2, 3]. Однако следует обратить внимание на то, что ни заимствование, ни выращивание формальных правил не дадут желаемого результата, если не будут учитываться факторы, определяющие неэффективность формальных правил и не будут сформулированы критерии их эффективности.

Несмотря на то, что институты включают как формальные, так и неформальные правила [4], далее мы будем рассматривать критерии эффективности исключительно для формальных правил. Безусловно, неформальные правила важны и играют в обществе немаловажную роль [5, 6], но следует отметить, что, во-первых, во время институциональных реформ значительным изменениям подвергаются преимущественно формальные правила, а, во-вторых, время, в течение которого происходят институциональные реформы, как правило, недостаточно для изменения неформальных правил. Поэтому показателем успешности институциональных реформ, в первую очередь, может служить эффективность реформированных формальных правил.

Целью данной статьи является анализ критериев эффективности формальных правил, их влияния на экономическое развитие в условиях определенных институциональных структур.

Можно выделить множество критериев эффективности формальных правил, позволяющих оценивать их эффективность с различных точек зрения. Однако мы остановимся только на тех критериях эффективности формальных правил, которые позволяют оценить, прежде всего, влияние рассматриваемых формальных правил на экономическое развитие общества.

Каждое формальное правило принимается для достижения какой-либо определенной цели, при этом большинство целей, преследуемых обществом, может быть достигнуто различными способами. Другими словами, у общества существует выбор из ряда альтернативных формальных правил, каждому из которых соответствует свой способ достижения поставленной цели.

Следует отметить, что решение многих проблем требует принятия не одного формального правила, а целого комплекса формальных правил, включая формальные правила, определяющие механизм принуждения к соблюдению данных формальных правил. Неэффективность любого отдельного формального правила приводит к неэффективности всего набора формальных правил. Поэтому далее под формальным правилом мы будем подразумевать как отдельное формальное правило, так и весь комплекс формальных правил, направленных на решение одной и той же проблемы. Очевидно, что сравнение эффективности формальных правил (либо их неэффективности) возможно только для альтернативных наборов формальных правил, т. е. наборов формальных правил, нацеленных на достижение одной и той же цели.

Наиболее очевидным критерием эффективности формальных правил является целевая эффективность — способность формального правила обеспечить достижение поставленной цели.

Согласно данному критерию формальные правила, в полной мере обеспечивающие достижение поставленной цели, безусловно, следует признать эффективными. Однако признание неэффективным любого формального правила, не позволяющего достигнуть поставленной цели в полном объеме, было бы нецелесообразно, поскольку такой прямолинейный подход привел бы к тому, что большинство формальных правил пришлось бы признать неэффективными. Действительно, ситуация, когда с принятием формального правила автоматически достигается поставленная цель, является редким исключением. В большинстве же случаев принятые формальные правила обеспечивают результат, который лишь, в той или иной степени, позволяет приблизиться к желаемой цели. Поэтому вместо абсолютной оценки целевой эффективности формальных правил более целесообразно использовать относительную оценку целевой эффективности, т. е. вместо того, чтобы сравнивать рассматриваемое формальное правило с идеальным, и во многих случаях недостижимым, случаем, следует оценивать эффективность формального правила с уже существующими альтернативными формальными правилами. Другими словами, с точки зрения целевой эффектив-

ности формальных правил из двух альтернативных формальных правил следует считать эффективным то формальное правило, которое позволяет как можно ближе подойти к поставленной цели.

Очевидно, что оценка эффективности формальных правил по данному критерию возможна лишь в том случае, когда цели четко сформулированы и позволяют производить количественное измерение полученных результатов.

Причина целевой неэффективности формальных правил, в большинстве случаев, кроется в том, что при разработке подобных формальных правил не были учтены все аспекты проблемы, подлежащей регулированию разрабатываемыми формальными правилами, в результате чего формальные правила, характеризуемые целевой неэффективностью, попросту не позволяют достигнуть поставленной цели.

Другим критерием эффективности формальных правил является транзакционная эффективность, характеризуемая уровнем транзакционных издержек бюрократических процедур. Совершенно очевидно, что ни одно формальное правило не может не создавать для клиента дополнительных транзакционных издержек, связанных с прохождением предусмотренных бюрократических процедур, — транзакционные издержки бюрократических процедур.

Высокий уровень транзакционных издержек бюрократических процедур побуждает клиентов искать пути снижения уровня данных издержек, из которых наиболее распространенными является: во-первых, отказ от соблюдения транзакционно неэффективных формальных правил, т. е. уход клиента в «тень» [7], во-вторых, дача взятки чиновнику, уполномоченному на контроль за их соблюдением. В обоих случаях подобная «минимизация» транзакционных издержек бюрократических процедур приводит к тому, что действующие формальные правила не позволяют достичь поставленной цели.

Добиться соблюдения всех требований формальных правил, характеризующихся транзакционной неэффективностью, можно только при использовании механизмов принуждения, предусматривающих для клиентов высокие штрафные санкции, достаточные для того, чтобы клиенту было невыгодно нарушать данные формальные правила. Очевидно, что принуждение клиентов к соблюдению требований транзакционно неэффективных формальных правил не бесплатно: общество вынуждено нести ненулевые издержки принуждения — издержки, связанные с выявлением нарушений действующих формальных правил и наложением соответствующих санкций.

Таким образом, высокие транзакционные издержки бюрократических процедур приводят либо к отказу клиентов от соблюдения действующих формальных правил, вследствие чего преследуемые цели не достигаются, либо к введению государством дополнительных механизмов принуждения, что делает достижение поставленной цели неоправданно дорогостоящим из-за высоких издержек принуждения.

Целевая неэффективность формальных правил, как было показано выше, не зависит от уровня транзакционных издержек бюрократических

процедур. Следовательно, формальные правила, характеризующиеся целевой неэффективностью, будут оставаться неэффективными при любом уровне транзакционных издержек бюрократических процедур. В отличие от целевой неэффективности транзакционная неэффективность формальных правил обусловлена исключительно высоким уровнем транзакционных издержек бюрократических процедур, поэтому при нулевых транзакционных издержках бюрократических процедур формальные правила, существовавшие ранее транзакционной неэффективностью, будут эффективны независимо от количества предусмотренных бюрократических процедур и времени их прохождения.

Можно выделить два основных фактора, обуславливающих высокий уровень транзакционных издержек бюрократических процедур и, соответственно, транзакционную неэффективность формальных правил: многочисленность, запутанность и противоречивость бюрократических процедур, прохождение которых предусматривается формальными правилами, и неэффективная реализация формальных правил.

Рассмотрим первый из названных нами факторов транзакционной неэффективности формальных правил — многочисленность бюрократических процедур. Прохождение любой бюрократической процедуры связано для клиента с ненулевыми транзакционными издержками бюрократических процедур. Соответственно, чем больше бюрократических процедур предусмотрено рассматриваемыми формальными правилами и чем более запутанными являются эти процедуры, тем выше будет уровень транзакционных издержек бюрократических процедур и ниже эффективность формальных правил.

Например, если в целях защиты потребителей от потенциального вреда, который может быть нанесен некачественными товарами и услугами, будут приняты чрезвычайно замысловатые и многочисленные процедуры контроля качества и сертификации, то вместо улучшения качества товаров и услуг мы, скорее всего, получим, с одной стороны, парализованную легальную экономику, неспособную производить вообще что-либо, с другой, стремительный рост теневой экономики, производящей продукцию, качество которой ничем не контролируется.

Обратимся теперь ко второму фактору транзакционной неэффективности формальных правил — неэффективной реализации формальных правил. Четкое определение правил прохождения бюрократических процедур и их небольшое число сами по себе еще не способны гарантировать низкий уровень транзакционных издержек бюрократических процедур. Даже наиболее продуманные формальные правила, предусматривающие минимум бюрократической волокиты, будут чрезвычайно неэффективны в том случае, если реализацией данных формальных правил будет предусмотрено недостаточное количество чиновников, либо не будет должного финансирования, что неминуемо приведет к росту транзакционных издержек бюрократических процедур. Так, например, причиной длинных очередей в госучреждениях могут быть не только недостатки формальных правил, но и недостаточное количество чиновников, ответственных за реализацию

данной бюрократической процедуры, что не дает им физической возможности справиться с наплывом клиентов.

Поэтому даже если взамен старых формальных правил, предусматривающих прохождение значительного количества бюрократических процедур и отнимающих, соответственно, у клиента много времени, будут приняты новые формальные правила, предусматривающие прохождение только одной бюрократической процедуры, но при этом в штатном расписании соответствующего госучреждения не будет предусмотрено должного количества чиновников, то время, затраченное клиентом на прохождение новых формальных правил, может оказаться даже больше, чем ранее.

Аналогично предыдущему критерию эффективности вместо абсолютной оценки транзакционной эффективности формальных правил (что потребовало бы признать транзакционно эффективными только те формальные правила, которые предусматривают нулевые транзакционные издержки бюрократических процедур) более целесообразно использовать относительную оценку транзакционной эффективности. Таким образом, из двух формальных правил, обладающих одинаковым уровнем целевой эффективности, более эффективным будет формальное правило, предусматривающее более низкий уровень транзакционных издержек бюрократических процедур.

Последним из выделенных нами критериев эффективности является этическая эффективность формальных правил — непротиворечивость формальных правил морально-этическим взглядам общества, которую можно оценить как долю населения, одобряющего введение данных формальных правил. Наивным было бы полагать, что действующие формальные правила, являющиеся ничем иным, как компромиссом, достигнутым в ходе политической борьбы, будут единогласно одобрены всем обществом. Поэтому даже если действующие формальные правила одобряются подавляющим большинством членов общества, всегда будут существовать группы, чьи морально-этические нормы противоречат данным формальным правилам.

Отсутствие в обществе одобрения действующих формальных правил является не только сложной этической, но и экономической проблемой. Введение формальных правил, нормы которых противоречат взглядам значительной доли населения, так или иначе вызовет противодействие с их стороны, преодоление которого будет связано с высокими издержками принуждения. Таким образом, чем больше будет доля населения, не одобряющего действующие формальные правила, тем ниже будет их эффективность.

Поскольку подавляющее большинство формальных правил являются компромиссными решениями и, соответственно, не отвечают морально-этическим принципам всех членов общества, то, как и в двух предыдущих случаях, мы предлагаем использовать относительную оценку этической эффективности формальных правил, а именно: из двух альтернативных формальных правил большей этической эффективностью обладает то формальное правило, которое больше соответствует морально-этическим нормам общества.

Заканчивая рассмотрение выделенных нами критериев эффективности формальных правил, следует обратить внимание на два существенных момента. Прежде всего, следует отметить, что если при оценке эффективности альтернативных формальных правил на основе только одного из критериев мы можем упорядочить все имеющиеся альтернативные формальные правила в соответствии с их эффективностью, то при оценке сразу по нескольким параметрам уже возможны ситуации, когда этого сделать не удастся.

Например, если мы сравниваем эффективность альтернативных формальных правил одновременно по степени достижимости поставленной цели и по уровню транзакционных издержек бюрократических процедур, то возможна ситуация, когда одно из формальных правил позволяет достигнуть лучших результатов по степени достижимости поставленной цели, но с большими транзакционными издержками, а другое формальное правило связано с гораздо более низкими издержками, но худшими показателями по степени достижимости поставленной цели. Очевидно, что в подобных случаях сравнить эффективности данных формальных правил невозможно.

Также необходимо отметить, что целевая и транзакционная неэффективность формальных правил не обязательно должны сопутствовать друг другу. Так, например, высокий уровень целевой эффективности формальных правил может быть достигнут за счет высокого уровня транзакционных издержек бюрократических процедур, вследствие чего данные формальные правила будут характеризоваться значительной транзакционной неэффективностью. С другой стороны, высокая транзакционная эффективность формальных правил может сопровождаться их значительной целевой неэффективностью.

Оценивая эффективность формальных правил, следует различать целевую, этическую и транзакционную эффективность формальных правил. Если в случае целевой неэффективности формальные правила в принципе не позволяют достичь желаемой цели, то в случае этической и транзакционной неэффективности рассматриваемые формальные правила теоретически позволяют достичь желаемого результата, однако, издержки по принуждению к соблюдению данных формальных правил могут быть чрезвычайно высоки.

Список использованной литературы

1. Радыгин А. В поисках институциональных характеристик экономического роста (новые подходы на рубеже XX–XXI вв.) / А. Радыгин, Р. Энтов // Вопросы экономики. — 2008. — № 8. — С. 4–27.
2. Полтерович В. М. Стратегии институциональных реформ. Перспективные траектории / В. М. Полтерович // Экономика и математические методы — 2006. — Т.42, № 1. — С. 3–18.
3. Кузьминов Я. Институты: от заимствования к выращиванию / Я. Кузьминов, В. Радаев, А. Яковлев, Е. Ясин // Вопросы экономики. — 2005. — № 5. — С. 5–27.
4. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки / Д. Норт; пер. з англ. І. Дзюб. — К.: Основи, 2000. — 198 с.

5. Либман А. М. Институциональная конкуренция и постсоветская трансформация / А. М. Либман // *Общественные науки и современность*. — 2006. — № 6. — С. 53–64.
6. Шабанова М. А. Экономический и социологический анализ институциональных изменений / М. А. Шабанова // *Общественные науки и современность*. — 2006. — № 6. — С. 65–80.
7. Абрамов Ф. В. Формальные институциональные факторы преступности / Ф. В. Абрамов // *Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая*. — Донецк: ДонНТУ, 2011. — Выпуск 40–2. — С. 26–30.

Ф. В. Абрамов

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМАЛЬНИХ ПРАВИЛ

Резюме

В статті розглядаються основні критерії ефективності формальних правил. Аналізуються основні чинники неефективності формальних правил. Розглядається вплив рівня трансакційних витрат бюрократичних процедур на ефективність формальних правил.

Ключові слова: економічне зростання, інститути, інституціональні реформи, трансакційні витрати, бюрократичні процедури, формальні правила, неформальні правила.

F. V. Abramov

National Technical University Kharkiv Polytechnical Institute

CRITERIA OF EFFICIENCY OF FORMAL RULES

Summary

This paper presents the main criteria of efficiency of formal rules. The main causes of inefficiency of formal rules are given. The impact of transaction costs of bureaucratic procedures on the efficiency of formal rules is analysed.

Key words: economic growth, institution, institutional reforms, transaction costs, bureaucratic procedures, formal rules, informal rules.

УДК 336:658.13

Н. В. Бичкова

А. Т. Яровий

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ФІНАНСОВОЇ АРХІТЕКТУРИ НАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті представлена комплексна модель залежності ефективності фінансової діяльності від фінансової архітектури національних корпорацій України на основі використання інструментарію кореляційно-регресійного аналізу. Виявлені ключові детермінанти впливу фінансової архітектури господарюючих суб'єктів на результативність фінансово-господарської діяльності.

Ключові слова: фінансова архітектура корпорацій, рентабельність власного капіталу, структура власності, структура капіталу, корпоративне управління.

Стале функціонування корпорацій у довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів їх розвитку та підвищення конкурентоспроможності в умовах ринкового середовища значною мірою визначаються ефективністю фінансової діяльності, яка, в свою чергу, є головною формою ресурсного забезпечення реалізації фінансової політики корпорацій з метою зростання ринкової вартості, добробуту власників корпорацій, забезпечення інвестиційної привабливості. Організація фінансової діяльності національних корпорацій ще не має достатнього рівня досконалості, що особливо проявляється в умовах фінансово-економічної кризи, яка супроводжується зниженням ділової активності, скороченням обсягів власних фінансових ресурсів суб'єктів господарювання, зростанням вартості кредитних ресурсів.

Теоретичні основи та принципи управління фінансовою діяльністю корпорацій представлені в дослідженнях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Особливо слід відзначити праці М. Білик, І. Бланка, Р. Брейлі, С. Бріггема, Б. Коласа, І. Ломачинської, М. Маєрса, А. Поддєрьогіна, А. Сірко, А. Степанової, О. Терещенко, А. Турило, Л. Федулової, Дж. ван Хорна, А. Шляйфера та ін. Водночас, окремі аспекти організації фінансової діяльності корпорацій залишаються недостатньо висвітленими як в теоретико-методологічному плані, так і на практиці. У зв'язку з цим актуалізується необхідність використання інтегрального підходу до моделювання системи організації фінансів національних корпорацій в контексті ефективної реалізації фінансових відносин господарюючих суб'єктів. При цьому важливого значення набувають структурні характеристики корпоративної форми господарювання, які безпосередньо визначають систему організації фінансів корпорації, комплексне дослідження

яких стає можливим в межах застосування концепції фінансової архітектури корпорації.

Метою даної статті є дослідження впливу фінансової архітектури національних корпорацій на ефективність їх фінансової діяльності.

Фінансова архітектура корпорації — це система взаємопов'язаних елементів-структурних характеристик корпорації, що визначають систему організації фінансів корпорації та впливають на ефективність фінансової діяльності господарюючого суб'єкта, яка, в свою чергу, виявляється в ступені досягнення фінансових цілей діяльності корпорації у процесі розробки та реалізації фінансових рішень. Постановка й ухвалення фінансового рішення засновані на постановці й реалізації цілей фінансової діяльності в межах розробки фінансової політики корпорації, які в сукупності визначають фінансову архітектуру корпорації та траєкторію її трансформації-оптимізації. Дослідження наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених надало можливість визначити, що компонентами фінансової архітектури корпорації є організаційно-правова форма бізнес-діяльності, структура власності, структура капіталу, система корпоративного управління та контролю [1, с. 138; 2, с. 417].

Особлива цінність визначення фінансової архітектури корпорації як основи організації її фінансів виявляється у процесі побудови комплексної моделі взаємозв'язку основних структурних характеристик компанії із ефективністю її фінансової діяльності. Використання такого інтегрованого підходу дозволяє оцінити сукупний вплив окремих системоутворюючих компонентів організації на результати її фінансової діяльності та виявити найбільш суттєві чинники, що забезпечують досягнення стратегічних фінансових цілей компанії.

Моделювання залежності ефективності фінансової діяльності корпорації від її фінансової архітектури стає можливим за умов використання інструментарію кореляційно-регресійного аналізу на предмет виявлення залежностей між кількома незалежними параметрами моделі та однією залежною змінною.

Слід зазначити, що наразі не існує чітко визначених показників, що надають можливість об'єктивно і однозначно оцінити ефективність діяльності корпорації взагалі та фінансової зокрема. Результати дослідження, присвяченого механізму ідентифікації репрезентативного показника ефективності фінансової діяльності національних корпорацій [3, с. 182], надали можливість обґрунтувати доцільність використання показника рентабельності власного капіталу у якості результативного показника оцінки ефективності фінансової діяльності національних корпорацій із врахуванням особливостей фінансової архітектури організації.

Отже, задачею економетричного моделювання є виявлення формули зв'язку між компонентами фінансової архітектури, оцінених за показниками структури власності, капіталу і якості корпоративного управління, та рентабельністю власного капіталу, тобто ефективністю використання капіталу акціонерів корпорації.

Об'єктом даного дослідження виступає фінансова архітектура національних корпорацій. До вибірки були включені найбільші корпорації України, відбір яких проводився за критеріями максимального чистого доходу, розміру сукупних активів та чисельності працюючих у 2010 р. Окрім цього, до уваги приймався факт наявності інформації про фінансовий стан компанії, її власників та стан корпоративного управління у загальнодоступній базі даних Державної комісії по цінним паперам та фондовому ринку України [4]. Зауважимо, що з вибірки свідомо були виключені компанії, у фінансовій діяльності яких були задіяні неекономічні механізми (наприклад, НАК «Нафтогаз України») та корпорації, що є материнськими компаніями найбільших фінансово-промислових груп («ДТЕК», «СКМ», «ІСД» та ін.), оскільки їх консолідовані фінансові звіти включають фінансові результати тих компаній, що включені окремими спостереженнями. Також аналіз показників рентабельності корпорацій виявив, що з метою підвищення якості статистичних оцінок вибірку необхідно скоротити на ті спостереження, які мають екстремальні значення рентабельності власного капіталу. Отже, сформована таким чином вибірка налічує 60 компаній: 24 компанії гірничо-металургійного комплексу, 16 компаній паливно-енергетичного комплексу, 8 компаній машинобудівної галузі, 7 компаній хімічної промисловості, 4 компанії харчової галузі та 1 телекомунікаційну компанію.

Відбір параметрів оцінки структури власності й капіталу, а також якості корпоративного управління був здійснений на основі загальноприйнятих показників із врахуванням інформації, що надається Державною комісією по цінним паперам та фондовому ринку України. Також до незалежних параметрів моделі включені окремі контрольні змінні, що характеризують платоспроможність корпорації, середній темп зростання виручки від реалізації товарів, робіт та послуг, рівень ризику, оцінений через волатильність прибутку до податку, процентів та амортизаційних відрахувань (EBITDA). Перелік та формули розрахунків оціночних параметрів представлені в таблиці 1.

Зауважимо, що в даному аналізі не буде враховано вплив такого компонента, як організаційно-правовий статус корпорації (закрита чи відкрита), оскільки фінансова та корпоративна інформація щодо закритих (приватних) корпорацій є досить обмеженою за умов діючого законодавства України.

Таблиця 1

Параметри оцінки впливу компонентів фінансової архітектури на ефективність фінансової діяльності національних корпорацій*

Позначення	Найменування показника
	Параметри оцінки структури власності
Sum_Share_Man, %	Частка акцій у власності менеджерів та інших посадових осіб корпорації
Sha_major, %	частки акцій мажоритарного акціонера, який володіє пакетом акцій більше ніж 10 %
Sharehol_more_10, ос.	Кількість таких акціонерів, які володіють пакетом акцій більше ніж 10 %
Share_Gov, %	Частка акцій у власності держави

Закінчення табл. 1

Позначення	Найменування показника
dOWN1	У власності найбільшого акціонера пакет акцій від 0 до 25 %
dOWN2	У власності найбільшого акціонера пакет акцій від 26 до 50 %
dOWN3	У власності найбільшого акціонера пакет акцій від 51 до 75 %
dOWN4	У власності найбільшого акціонера пакет акцій від 76 %
dMajOwn	Присутній тільки один мажоритарний власник з пакетом акцій від 50 % (Majority ownership)
dMonMajOwn	Присутній один мажоритарний власник та принаймні один власник із пакетом акцій від 10 % (Monitored majority ownership)
dContMin	Присутній міноритарний акціонер із пакетом акцій до 25 %, але це найбільший пакет акцій серед решти власників (Controlling minority ownership)
dCombMin	Присутні два міноритарних акціонера, сумарна частка акцій яких перевищує 50 % (Combined controlling minority ownership)
Параметри оцінки якості корпоративного управління	
Bod_Mem	кількість членів наглядової ради (НР), ос.
Mem_more_10	Питома вага представників акціонерів у НР, які володіють більше 10 % акцій, %
Mem_less_10	Питома вага представників акціонерів у НР, які володіють менше 10 % акцій, %
Mem_Legal	Питома вага представників акціонерів-юридичних осіб в НР, %
Mem_Gov	Питома вага представників держави в НР, %
Mem_Work	Питома вага представників працюючих акціонерів в НР, %
Rev	Середньорічна кількість засідань ревізійної комісії
dConfl	Даммі-змінна, пов'язана із наявністю або відсутністю положення про конфлікт інтересів
dFinStat	Даммі-змінна, пов'язана із веденням фінансової звітності згідно МСБО
dService	Даммі-змінна, пов'язана із отриманням протягом останнього року платних послуг з корпоративного управління
dCode	Даммі-змінна, пов'язана із наявністю або відсутністю власного кодексу корпоративного управління
Meet_Board	Середньорічна кількість засідань Наглядової Ради
Параметр оцінки структури капіталу	
DTA	Коефіцієнт боргового навантаження (відношення суми поточних та довгострокових зобов'язань до балансової вартості активів)
Контрольні змінні	
Biver	Коефіцієнт Бівера (відношення суми чистого прибутку та амортизації до суми довгострокових та поточних зобов'язань)
Growth	Темп зростання корпорації (середнє геометричне зростання виручки від реалізації товарів, робіт та послуг за останні 4 роки), %
St_Dev	Волатильність грошових потоків (відношення стандартного відхилення та середнє арифметичне ЕВІТДА за останні 4 роки), %
dGroup	Участь корпорації в групі (бінарна даммі-змінна, що фіксує належність корпорації фінансово-промислової групі або холдингу)

* — змінні із індексом «d» — даммі-змінні, що фіксують наявність або відсутність певної ознаки чи властивості об'єкта оцінки

Джерело: складено автором.

Таким чином, представлені вище міри змінних, за якими пропонується оцінювати компоненти фінансової архітектури дозволяють побудувати регресійну модель залежності ефективності фінансової діяльності від фінансової архітектури корпорацій. Оскільки у дослідженні пропонується використовувати аналіз перехресних даних типу *cross-section data* (наскрізне обстеження), яке дещо обмежує валідність результатів дослідження, для оцінки маржинального впливу контрольних та цільових змінних на загальну предикативну силу регресії буде проаналізовано кілька специфікацій багатofакторної моделі.

Результати кореляційного аналізу обраних незалежних змінних, що ідентифікують компоненти фінансової архітектури національних корпорацій, дозволили виключити з аналізу ті змінні, часткові коефіцієнти кореляції яких з рентабельністю власного капіталу не виявилися статистично значущими. Таким чином, модель залежності ефективності фінансової діяльності від фінансової архітектури національних корпорацій можна представити у наступному вигляді (1):

$$ROE = \beta_0 + (\beta_1 \dots \beta_n) \overline{OS} + (\gamma_1 \dots \gamma_m) \overline{CG} + \delta_1 DTA + \delta_2 Biver + (\varphi_1, \varphi_2) \overline{dGroup} + (\omega_1, \omega_2) \overline{Growth} + u,$$

де *ROE* (рентабельність власного капіталу) — показник ефективності фінансової діяльності корпорацій,

\overline{OS} (*Ownership Structure*) — вектор змінних, пов'язаних із структурою власності;

\overline{CG} (*Corporate Governance*) — вектор змінних, пов'язаний з характеристиками системи корпоративного управління.

Результати верифікації моделі (1) на даних найбільших національних корпорацій України та критерії виконання основних передумов методу найменших квадратів (МНК) представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Коефіцієнти та параметри оцінки адекватності регресійних моделей

Параметри моделі	коефіцієнт β	Стандартна похибка	$\hat{\beta}_i$	$t_{\text{стат.}(\alpha=0,1)}$	Sig. (p-value)	95 % інтервал довіри для β		VIF
						мін	макс	
Модель № 1: $R^2 = 0,465$, $R_T^2 = 0,416$, $F_{\text{кр}} = 9,398$, $d_{\text{кр}} = 2,484$, $S^2 = 0,046$								
(Constant)	0,208	0,244	—	0,849	0,400	-0,807	0,819	—
DTA	-0,393	0,091	-0,452	-4,330	0,000	-0,575	-0,211	1,098
Sha_major	-0,357	0,101	-0,363	-3,528	0,001	-0,561	-0,154	1,067
Meet_Board	-0,005	0,002	-0,254	-2,495	0,016	-0,009	0,000	1,046
Growth	0,287	0,185	0,158	1,553*	0,126	-0,084	0,658	1,042
dConfl	0,091	0,060	0,164	1,514*	0,136	-0,030	0,211	1,178
Модель № 2: $R^2 = 0,349$, $R_T^2 = 0,314$, $F_{\text{кр}} = 10,002$, $d_{\text{кр}} = 2,070$, $S^2 = 0,054$								
(Constant)	-0,154	0,060	—	-2,560	0,013	-0,342	-0,080	—
Biver	0,381	0,074	0,561	5,152	0,000	0,233	0,528	1,018
dMonMajOwn	0,094	0,062	0,164	1,514*	0,136	-0,030	0,218	1,012
dGroup	0,074	0,065	0,124	1,143**	0,258	-0,056	0,204	1,007

Параметри моделі	коефіцієнт β	Стандартна похибка	$\hat{\beta}_i$	$t_{\text{стат.}(\alpha=0,1)}$	Sig. (p-value)	95 % інтервал довіри для β		VIF
						мін	макс	
Модель № 3: $R^2 = 0,453$, $R_T^2 = 0,403$, $F_{\text{ст.}} = 8,952$, $d_{\text{ст.}} = 2,205$, $S^2 = 0,047$								
(Constant)	-0,173	0,074	—	1,867	0,067	-0,309	0,062	—
dOWN1	0,151	0,081	0,193	2,329	0,024	-0,011	0,313	1,060
Rev	0,028	0,012	0,248	2,437	0,018	0,004	0,053	1,119
dGroup	0,157	0,064	0,263	5,188	0,000	0,028	0,286	1,146
Biver	0,363	0,070	0,535	-2,789	0,007	0,223	0,503	1,049
MeetBoard	-0,006	0,002	-0,296	1,867*	0,067	-0,010	-0,002	1,116
Модель № 4: $R^2 = 0,451$, $R_T^2 = 0,411$, $F_{\text{ст.}} = 11,311$, $d_{\text{ст.}} = 2,286$, $S^2 = 0,046$								
(Constant)	0,092	0,077	—	1,196	0,237	-0,062	0,246	—
dFinStat	0,168	0,068	0,256	2,464	0,017	0,031	0,305	1,079
Biver	0,385	0,069	0,568	5,599	0,000	0,247	0,523	1,030
dCode	-0,229	0,106	-0,228	-2,168	0,035	-0,442	-0,017	1,108
Sha_major	-0,266	0,099	-0,270	-2,688	0,010	-0,465	-0,068	1,014
Модель № 5: $R^2 = 0,410$, $R_T^2 = 0,378$, $F_{\text{ст.}} = 12,963$, $d_{\text{ст.}} = 2,397$, $S^2 = 0,049$								
(Constant)	0,601	0,102	—	5,888	0,000	0,415	0,950	—
DTA	-0,434	0,090	-0,499	-4,842	0,000	-0,614	-0,255	1,008
Sha_major	-0,338	0,102	-0,343	-3,324	0,002	-0,542	-0,134	1,011
MeetBoard	-0,005	0,002	-0,249	-2,408	0,019	-0,009	0,000	1,012

* — статистично значущі на рівні 0,2, ** — статистично значущі на рівні 0,3.

R^2 — коефіцієнт детермінації, R_T^2 — скоригований коефіцієнт детермінації, Sig. — значущість оцінок, $F_{\text{ст.}}$ — F — статистика Фішера, $t_{\text{ст.}}$ — t -статистика Стьюдента, $d_{\text{ст.}}$ — d -тест Дарбіна Уотсона, S^2 — порівняльний критерій специфікації моделі, VIF — критерій інфляційності факторів.

Джерело: розраховано автором.

Відзначимо, що скоригований коефіцієнт детермінації R_T^2 для всіх моделей знаходиться на рівні 38–42 %, що є достатньо високим показником для *cross-section* аналізу об'єктів. Слід нагадати, що ефективність фінансової діяльності корпорацій багато в чому визначається такими індивідуальними факторами, як можливість залучення відносно дешевих коштів для інвестування, професіоналізм менеджерів, можливості компанії лобювати свої інтереси на ринку, її імідж та ін. Вказані фактори важко оцінити та задати окремими кількісними чи якісними значеннями, що унеможливило отримання R_T^2 , близького до 100 %. Тому кілька економетричних перевірок дозволяють об'єктивно оцінити достовірність та адекватність регресійних моделей. Особливо зауважимо, що деякі параметри моделі значущі за більш низького рівня ймовірності та містять в довірчому інтервалі нульове значення, а отже можуть бути використаними лише для прогнозних оцінок щодо ефективності фінансової діяльності корпорацій вибірки, а не для прогнозу діяльності схожих за основними параметрами фінансової архітектури інших корпорацій.

Оцінка моделей на предмет виявлення гетероскедастичності залишків за допомогою тесту Бройша-Пагана та графічний тест на нормальність розподілення залишків дозволили виявити незначну гетероскедастичність в

моделях № 1, № 2 та № 3. Вирішенням цієї проблеми стало застосування методу найменших квадратів з робастими помилками у формі Уайта до вказаних моделей, що підтвердило оцінки коефіцієнтів, отриманих у перших специфікаціях. Тест на мультиколінеарність в масиві незалежних змінних (VIF) засвідчив її відсутність.

На основі результатів кореляційно-регресійного аналізу можна зробити такі висновки стосовно впливу фінансової архітектури корпорацій на ефективність фінансової діяльності:

– доведена зворотна залежність між ефективністю фінансової діяльності та структурою капіталу, оціненою відношенням суми довгострокових і короткострокових зобов'язань корпорації до балансової вартості її активів, концентрацією власності, оціненою часткою акцій у власності найбільшого акціонера, а також середньорічною кількістю засідань наглядової ради корпорації;

– продемонстрована пряма залежність між ефективністю фінансової діяльності корпорації та її платоспроможністю, виміряною коефіцієнтом Бівера, а також середньорічною кількістю засідань ревізійної комісії корпорації;

– виявлена незначущість впливу на ефективність фінансової діяльності таких компонентів фінансової архітектури корпорації, як частка акцій у власності менеджменту компанії, частка акцій у власності держави та афілійованих компаній, волатильність грошових потоків, окремі показники структури наглядової ради та її розмір.

Окрім цього, продемонстровано, що для корпорацій, які мають серед власників найбільшого акціонера, який володіє пакетом акцій до 25 %, (тобто є міноритарним власником) в середньому ефективність фінансової діяльності вище за інші компанії на 15 %, що підтверджується позитивною залежністю між змінними $dOWN1$ та ROE . Також визначено, що наявність в компанії одного мажоритарного акціонера та, щонайменше, одного міноритарного акціонера також позитивно впливає на ефективність фінансової діяльності компанії. Для компаній, які входять до груп підприємств, ефективність фінансової діяльності в середньому вища за інші компанії на 7–16 %.

Також показано, що для компаній, які мають окремий документ про конфлікт інтересів ($dConfl$) та ведуть фінансову звітність у відповідності до міжнародних стандартів ($dFinStat$) ефективність фінансової діяльності вища за інші компанії в середньому на 9–17 %. Водночас, компанії, які мають власний кодекс корпоративного управління, демонструють зниження ефективності на 23 % у порівнянні із іншими компаніями.

Таким чином, порівняльна оцінка стандартизованих коефіцієнтів регресії та їх довірчих інтервалів на предмет відсутності нульового значення дозволяє зробити висновок, що найбільш впливовим чинником забезпечення ефективності фінансової діяльності національних корпорацій є структура капіталу, що задана через коефіцієнт боргового навантаження. Окрім цього, значущим є вплив концентрації акціонерного капіталу у власності

мажоритарного акціонера та інтенсивність діяльності наглядової ради корпорації, що оцінена середньорічною кількістю засідань ради.

Аналізуючи наукове підґрунтя виявлених залежностей між фінансовою архітектурою корпорацій та ефективністю їх фінансової діяльності, можна відзначити, що зворотна залежність між рівнем боргового навантаження та рентабельністю власного капіталу корпорацій підтверджується такими теоретичними концепціями, як теорія ієрархії — менш прибуткові компанії більше схильні до використання позикового капіталу [5, с. 194]; теорія агентських витрат — в умовах відсутності ефективних механізмів корпоративного контролю великий зовнішній борг використовується власниками у якості дисциплінуючого інструменту для менеджменту [6, с. 701]; теорія «заміщення активів» — чим менше компанія фінансує ризиковані активи, що забезпечуватимуть її можливостями зростання в майбутньому, тим більшою довірою буде користуватися у кредиторів та контрагентів, а отже, збільшуватиме частку позикового капіталу [7, с. 586].

Стосовно від'ємного впливу рівня концентрації власності на ефективність діяльності господарюючого суб'єкта, варто звернути увагу на те, що в умовах недосконалості механізмів корпоративного управління консолідація власності стає інструментом захисту від рейдерських атак та створює передумови для поступового переходу від ворожих до дружніх поглинань та формування потужних інтегрованих бізнес-структур [8, с. 105]. Окрім цього, значна концентрація власності в руках керівництва за відсутності адекватних природі корпорації інституціональних обмежень переорієнтує інтерес контролюючих власників з максимізації курсу акцій та дивідендів на самозбагачення шляхом різних маніпулювань з активами компанії [9, с. 63]. Даний аспект впливу концентрації власності на діяльність компанії підтверджує наявність приватних вигод контролю, які проявляються у вилученні вигод в натуральній формі власникам великих пакетів за допомогою механізмів трансфертного ціноутворення чи отриманні психологічного задоволення від володіння контролем, та залежать від ступеню захищеності прав дрібних акціонерів і дієвості механізмів контролю за звітністю та діяльністю компаній [10, с. 384]. Не менш важливим є той факт, що 75 % власників найбільших корпорацій України є юридичні особи, які зареєстровані в офшорних зонах, що дає можливість використовувати специфічні механізми перерозподілу прибутку на користь офшорних компаній та їх власників і призводить до формування штучно занижених даних про фінансові результати компаній.

Дослідження впливу системи корпоративного управління на ефективність фінансової діяльності компанії загалом не дає підстав для висновків щодо значущості даного впливу, незважаючи на окремо виявлені статистично значущі індикатори стану корпоративного управління, оцінені в основному даммі-змінними. Це свідчить про те, що українська модель корпоративного управління знаходиться ще в стадії формування, а тривалий процес інституціоналізації норм, стандартів корпоративного управління та законодавчої бази стримує більшість компаній від активної реалізації механізмів корпоративного управління з метою підвищення ефективності

роботи менеджменту компанії, збалансування інтересів всіх стейкхолдерів корпорації та максимізації ринкової вартості бізнесу.

Таким чином, на основі вищевикладеного, можна дійти висновку, що моделювання впливу фінансової архітектури національних корпорацій на ефективність фінансової діяльності господарюючих суб'єктів надало можливість визначити окремі детермінанти сформованої фінансової архітектури українських компаній, які відіграють ключову роль в забезпеченні ефективності фінансової діяльності та формуються під впливом загально-економічних тенденцій розвитку корпоративного сектора. У зв'язку з чим перспективними напрямками подальших досліджень, на нашу думку, є розробка практичних заходів із організаційно-економічного вдосконалення фінансової архітектури національних корпорацій України та формування інституціональних умов забезпечення реалізації заходів на макрорівні з метою підвищення ефективності фінансової діяльності вітчизняних корпорацій.

Список використаної літератури

1. Myers S. Financial Architecture / S. Myers // *European Financial Management*. — 1999. — Vol. 5. — P.133–141.
2. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України / За ред. Л. І. Федулової. — К.: Вид-во Укр. ІНТЕІ, 2007. — 812 с.
3. Мельник М. М. Теоретико-методичні засади оцінки ефективності фінансової діяльності корпорацій / М. М. Мельник, Н. В. Бичкова // *Економічний вісник університету*. — 2011. — № 17(2). — С. 176–184.
4. Загальнодоступна інформаційна база даних ДКЦПФРУ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.stockmarket.gov.ua>.
5. Myers S., Majluf N. Corporate financing and investment decisions when firms have information that investors do not have / S. Myers, N. Majluf // *Journal of Financial Economics*. — 1984. — Vol. 13. — P. 187–221.
6. Grossman S., Hart O. The Cost and the Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration / S. Grossman, O. Hart // *Journal of Political Economy*. — 1986. — Vol.84. — P. 691–719.
7. Myers S. The Capital Structure Puzzle / S. Myers // *The Journal of Finance*. — 1984. — Vol. 39. — P. 575–592.
8. Венгер Л. А. Особливості структури власності у промисловості України / Л. А. Венгер // *Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая*. — 2007. — Вып. 31–2. — С. 101–105.
9. Сірко А. Корпоративна власність у транзитивній економіці / А. Сірко // *Економіка України*. — 2003. — № 2. — С. 57–64.
10. Barclay M., Holdreness C. Private Benefits from Control of Public Corporations / M. Barclay, C. Holdreness // *Journal of Financial Economics*. — 1989. — Vol.25. — P. 371–395.

Н. В. Бычкова

А. Т. Яровой

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФИНАНСОВОЙ АРХИТЕКТУРЫ
НАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Резюме

В статье представлена комплексная модель зависимости эффективности финансовой деятельности от финансовой архитектуры национальных корпораций Украины на основе использования инструментария корреляционно-регрессионного анализа. Выявленные ключевые детерминанты влияния финансовой архитектуры хозяйствующих субъектов на результативность финансово-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: финансовая архитектура корпораций, рентабельность собственного капитала, структура собственности, структура капитала, корпоративное управление.

N. Bychkova

A. T. Yarovoy

Odessa I. I. Mechnikov National University

**DESIGN OF INFLUENCE OF THE FINANCIAL ARCHITECTURE
OF NATIONAL CORPORATIONS ON EFFICIENCY
OF FINANCIAL ACTIVITY**

Summary

In the article the complex model of dependence of efficiency of financial activity is presented from financial architecture of national corporations of Ukraine on the basis of using the tool of cross-correlation-regressive analysis. Educued key determinants of influence of the financial architecture of companies on efficiency of financial activity.

Key words: financial architecture of corporations, return on equity, ownership structure, capital structure, corporate governance.

УДК 336.763.332

І. В. Бульдін

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ІНВЕСТИЦІЙНІ КОМПАНІЇ ЯК ОСНОВНІ СУБ'ЄКТИ СУЧАСНОГО РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

У статті розглянуті основні типи інвестиційних компаній. Особлива увага приділена динаміці їх функціонування та пріоритетним напрямкам розвитку на ринку цінних паперів України.

Ключові слова: фондовий ринок, інвестиційна компанія, пайові фонди, відкриті фонди, закриті фонди, інтервальні та індексні фонди.

За останні десятиріччя на світовому ринку цінних паперів значною мірою посилилася роль інституціональних інвесторів (інвестиційних компаній), які пропонують більш ефективні методи управління інвестиційними ресурсами, у порівнянні з індивідуальними інвесторами, у яких відсутні професійні навички та досвід. Таке управління забезпечує диверсифікацію ризиків за допомогою вкладення коштів у різні інструменти фінансового ринку.

Підвищенню ролі інституціональних інвесторів на світовому фондовому ринку сприяли, з одного боку, нові тенденції розвитку останнього, такі як спрощення виходу індивідуальних інвесторів на цей ринок, загальний розвиток методів здійснення фінансових операцій й більш висока надійність фінансового ринку загалом; з іншого боку, — підвищення доходів населення в багатьох країнах світу, яке сприяло масовому інвестуванню збережень.

У науковій економічній літературі останніх років досить значна увага приділялася ролі інституціональних інвесторів у модернізації інвестиційних процесів на світовому ринку цінних паперів. Особливостям функціонування інвестиційних компаній та класифікації їх типів приділяється значна увага у монографіях таких відомих західних ідеологів фондового ринку, як Д. Келлі, Д. Ван Кнапп, Б. Грехем, Д. Цвейг. Процес впровадження та подальшого розвитку інвестиційних компаній на ринках цінних паперів країн з транзитивною економікою детально розглядався у працях З. Мошенського, В. Павлова.

Мета даної статті — систематизація основних типів та визначення специфіки функціонування сучасних інвестиційних компаній, а також дослідження динаміки ринку українських інститутів спільного інвестування в умовах світової фінансової нестабільності та структурних змін на вітчизняному ринку цінних паперів.

Для інвестора, найчастіше, вибір кращих цінних паперів для капіталовкладення представляється вкрай складним. Не маючи достовірної інформації про фінансову діяльність компанії-емітента, йому вкрай складно визначитися з покупкою конкретних цінних паперів. Послуга управління

індивідуально сформованим та диверсифікованим інвестиційним портфелем — процедура досить дорога й прийнятна далеко не для кожного. Найбільш прийнятна альтернатива — придбання участі у власності на цінні папери шляхом покупки «пакету інвестицій» [1].

Існує три основних типи пакетів інвестицій, об'єднаних загальним терміном «інвестиційні компанії»: сертифікат з номінальною сумою, пайовий інвестиційний фонд і управлінська (інвестиційна) компанія. На сучасному етапі функціонування фондового ринку перший тип великого значення не має, оскільки сертифікат з номінальною вартістю на сьогоднішній день зустрічається вкрай рідко. Даний сертифікат є договором, згідно з яким інвестор здійснює періодичні платежі й, по закінченні певного строку, отримує зазначену в сертифікаті номінальну вартість. У цьому випадку прибуток інвестора визначається як різниця між загальною сумою його платежів і номіналом сертифіката, який виплачується йому під час погашення. Компанія отримує кошти для виплати такого прибутку шляхом вкладення коштів інвестора в портфель цінних паперів з фіксованою ставкою прибутковості, до складу яких входять державні та корпоративні облігації [2].

Більшою мірою поширені пайові інвестиційні фонди, тобто так звані «пайові фонди». Вони представляють собою фіксовані портфелі цінних паперів, що дозволяють інвесторові одержати частку у диверсифікованому портфелі за певну плату. Портфель пайових фондів може містити в собі широкий спектр цінних паперів (державні й корпоративні облігації), але найчастіше в нього включаються муніципальні облігації.

Портфелі пайових фондів активно не управляються. Якщо емітент достроково викупає свої облігації, що входять до складу портфеля, фонд не має можливості замінити відсутні облігації іншими. Отже, фонду доводиться розподіляти готівку, отриману в результаті погашення облігацій емітентом, між власниками паїв. При здійсненні торгівлі пайовими фондами роль брокерів досить значна. Це є як перевагою, так і недоліком. Перевагою є той факт, що брокер, який є професійним посередником на фондовому ринку, має можливість формувати склад цінних паперів фонду з урахуванням різноманітних побажань інвесторів. Негативний аспект криється в тому, що брокери схильні зловживати своїм впливом на власників фонду й використовувати останній як джерело акумулювання цінних паперів. Широкому колу інвесторів досить складно одержати інформацію щодо цін на біржові активи. Інформацією про вартість паїв володіють найчастіше брокери [3].

Третій тип пакету інвестицій — інвестиційні компанії, що займаються активним управлінням своїх портфелів. Вони умовно поділяються на дві категорії: закриті й відкриті фонди. Закриті фонди (closed — end funds або investment trusts) на ринках цінних паперів з'явилися першими. Дані фонди також називають «публічними інвестиційними компаніями». Ці фонди продають на ринку обмежену кількість акцій, які не підлягають погашенню (викупу). Одиницями торгівлі акціями фондів виступають стандартизовані біржові лоти по 100 акцій. Ціни на акції встановлюються під

впливом попиту та пропозиції на аукціонному ринку. У даному контексті простежується характерна риса — не існує прямого зв'язку між вартістю чистих активів фонду у розрахунку на одну акцію й ціною, що інвестор готовий платити за дану акцію. Таким чином, більша частина акцій продається за ціною нижчою, ніж вартість чистих активів, що припадає на них. У покупця виникає реальна можливість придбати цінні папери фонду з певною знижкою. Але великого практичного значення подібна можливість не має, оскільки реалізувати даний дисконт у наявний прибуток можна тільки у випадку ліквідації фонду. Факт продажу акцій багатьох закритих фондів по ціні нижчій від їхньої дійсної вартості, до деякої міри, йде врозрід із основними концепціями теорії «ефективного ринку», котра полягає в тому, що ціни на цінні папери є відбиттям фінансової інформації про діяльність корпорацій-емітентів (тобто ринкова ціна цінних паперів не повинна значно перевищувати їх балансову вартість). Виходячи з основних аспектів теорії, можна зробити висновок, що при наявності різниці між ринковою та балансовою ціною акцій фонду виникає можливість здійснення арбітражних операцій шляхом покупки акцій фонду й одночасного «короткого» продажу цінних паперів з портфелю. Але подібну арбітражну операцію вкрай складно довести до логічного завершення. Ряд цінних паперів, що входять до складу фонду, можуть виявитися неліквідними або емітованими для приватного розміщення й офіційно не зареєстрованими. У свою чергу, угоди з іншими цінними паперами фонду можуть обкладатися високими податками. Сукупність даних факторів веде до продажу акцій закритих фондів з певним дисконтом. Продаж із премією (у випадку, коли ринкова ціна акції перевищує вартість чистих активів фонду у розрахунку на одну акцію) для даних акцій зазвичай не характерна, але можлива. Прикладом є облігаційні фонди, які характеризуються високою прибутковістю, і інвестори готові платити певну премію за їхні акції [4].

Інвестори, що здійснюють капіталовкладення в акції закритих фондів, повинні самостійно вивчати динаміку змін на ринку. Для брокерів угоди з даними акціями не мають особливого інтересу, оскільки торгівля останніми не відрізняється досить високою активністю, а можливі комісійні досить низькі. Найнесприятливішим моментом покупки акцій фонду є період їх первинного публічного розміщення. Пояснюється це тим, що ціна пропозиції зазвичай містить досить високу премію, також існує висока ймовірність того, що акції будуть продані з дисконтом після завершення періоду первинного розміщення.

Інвестиційні компанії відкритого типу (взаємні фонди) відрізняються головною особливістю — мінливою капіталізацією. У процесі придбання інвесторами акцій фонду його трансферні агенти випускають нові акції, їхня ціна визначається поточною вартістю чистих активів, розраховуючи на одну акцію, й сумою комісійних, що стягуються під час продажу. Якщо власник акцій пред'являє їх до погашення, то трансферний агент фонду виплачує йому вартість чистих активів і анулює акції. Отже, якщо інвестори отримують більше акцій, ніж погашують, то загальне число активів, що перебувають в обігу, росте. Число акцій типового взаємного фонду, що

перебувають в обігу, практично щодня змінюється. Подібні постійні зміни в капіталізації пояснюють термін «відкритий» (open end) фонд; термін «закритий» (closed end) фонд застосовується до компаній, які проводять розміщення своїх цінних паперів одноразово [5].

Доцільним є також розгляд динаміки функціонування інститутів спільного інвестування в умовах фінансової нестабільності у країнах з транзитивною економікою на прикладі ринку цінних паперів України. На українському фондовому ринку здебільшого розповсюджені закриті, відкриті, індексні та інтервальні інвестиційні фонди. Індексні фонди оперують цінними паперами, які входять до так званого «індексного кошика», тобто паперами компаній, які формують склад біржового індексу. Інтервальні фонди є своєрідним різновидом відкритих фондів, зі складу таких фондів цінні папери можуть бути вилучені інвесторами у певні періоди календарного року які визначаються за домовленістю.

Звітні дані компаній по керуванню активами (КУА) свідчать про те, що у 2010 р. на ринку цінних паперів України мав місце значний відтік коштів з інститутів спільного інвестування (ІСІ). За січень — серпень чистий приплив капіталу в ІСІ всіх типів склав усього 61 млн грн. При цьому позитивний результат показали корпоративні (63,58 млн грн) і закриті (24,7 млн грн) фонди. У той самий час у відкритих та інтервальних ІСІ, орієнтованих насамперед на залучення коштів від фізичних осіб, чистий відтік капіталу склав 16,3 млн грн і 10,72 млн грн відповідно. Проте станом на 30 вересня 2010 р. вартість чистих активів (ВЧА) 34 ІСІ відкритого типу, що подають звітність в Українську асоціацію інвестиційного бізнесу (УАІБ), склала 235,4 млн грн ВЧА відкритих фондів, по яких УАІБ має у своєму розпорядженні найбільш повну оперативну статистику, у третьому кварталі скоротилася на 11,7 млн грн (відповідно до щомісячних звітів УАІБ, складених на підставі отриманих щоденних даних фондів). При цьому за вересень зниження склало 18 млн грн (-7,3 %) при чистому відтоку в 13,8 млн грн. З початку 2010 р. (за дев'ять місяців) сукупна ВЧА сектора відкритих ІСІ збільшилася всього на 1,2 млн грн (+0,5 %). І це при тому, що в третьому кварталі досягли нормативних показників і були включені в розрахунок ще чотири фонди, два з яких — у вересні (станом на 30.09.10 р. загальна ВЧА цих чотирьох фондів склала 17,4 млн грн). Для відкритих фондів поряд з коливаннями курсів цінних паперів у їхніх портфелях найважливішими факторами, що обумовлюють зміну ВЧА, стали також приплив і відтік коштів інвесторів. ІСІ продемонстрували дуже неоднорідні результати внаслідок істотних розходжень у структурі портфелів цінних паперів. Свою роль зіграла й мінливість цін на «блакитні фішки» й на інші цінні папери у зазначений період [6].

Пріоритетним напрямком для інвестування коштів ІСІ залишаються акції, тому що саме вони в змозі при сприятливому збігу обставин забезпечити високу прибутковість інвестицій, але певні події на облігаційному ринку роблять його цікавим для КУА. Мова йде про підвищений інтерес до облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП), які, на відміну від акцій, в змозі дати КУА гарантовані грошові надходження в майбутньому.

Також позитивний вплив може зробити відновлення української й світової економіки і, звичайно, повернення на український ринок інвесторів-нерезидентів. Якщо ж ринок цінних паперів і надалі буде демонструвати зниження цін на акції, фонди, найімовірніше, відчують більш гострий дефіцит клієнтів.

Фізичні особи як і раніше є найбільш активними учасниками ринку. З урахуванням того, що український фондовий ринок перебуває в недооціненому стані, переважним попитом користуються саме цінні папери відкритих інвестиційних фондів, тому що після кризового 2008 р. інвестори стали більш обачними у виборі фондів. Отже, при перших значних втратах фізичні особи досить швидко залишать фонди відкритого типу, скориставшись своїм правом вільного виходу.

Список використаної літератури

1. Мошенський С. З. Ринок цінних паперів: трансформаційні процеси. — Москва: Экономика, 2010. — 240 с.
2. Garfield D. New Methods for Profit in the Stock Market. — Boston: Metcalf Press. — 2000. — P. 300–302.
3. Kelly J. The Neatest Little Guide to Stock Market Investing. — A Plume Book Edition, 2010. — P. 107–110.
4. Van Knapp D. P. Sensible stock investing: How to Pick, Value, and Manage Stocks. — Universe Star, 2008. — P. 150–152.
5. Graham B., Zweig J. The intelligent investor: The definitive book on value investing. A book of practical counsel. — A Harper Business Book, 2003. — P. 380–382.
6. Гусев Ю. В. «Медведь» пришел // Бизнес. — 2010. — № 41. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.business.ua/articles/trends/Medved*_prishel-5014/

И. В. Бульдин

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

**ИНВЕСТИЦИОННЫЕ КОМПАНИИ КАК ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ
СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ**

Резюме

В статье рассмотрены основные типы инвестиционных компаний, отдельное внимание уделено динамике функционирования и приоритетным направлениям развития последних на рынке ценных бумаг Украины.

Ключевые слова: фондовый рынок, инвестиционная компания, паевые фонды, открытые фонды, закрытые фонды, интервальные и индексные фонды.

I. Buldin

Odessa I. I. Mechnikov National University

**INVESTMENT COMPANIES AS SIGNIFICANT ELEMENTS
OF MODERN STOCK MARKET**

Summary

The article deals with main types of investment companies, especially with performance dynamics and prospects of their functioning in Ukrainian stock market.

Key words: stock market, investment companies, open — end funds, close — end funds, interval and index funds.

УДК 330.341

В. В. Бутенко

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

РАЗВИТИЕ ВЕНЧУРНЫХ МЕХАНИЗМОВ ТРАНСФЕРА ЭКОТЕХНОЛОГИЙ

В статье рассматриваются методологические и прикладные аспекты использования венчурного механизма трансфера экотехнологий. Исследованы вопросы формирования инвестиционного базиса технологического обновления и повышения экономико-экологической эффективности развития экономики Украины.

Ключевые слова: трансфер, трансфер технологий, венчур, венчурные механизмы, экотехнологии, инновационные механизмы, инвестиции.

Развитие новых технологий является одним из важнейших факторов успешного развития городов, регионов и государства. Примером могут служить США, которые эффективно использовали возможности технологической революции, что, в свою очередь, позволило им обеспечить позиции экономического и политического лидера современного мира.

Для Украины вопросы инновационного технологического развития крайне актуальны и в настоящее время начинают играть большую роль в системе формирования технологической и экономической политики. При этом для отечественной экономики и формирования нового технологического уклада особое значение приобретают проблемы развития системы трансфера и коммерциализации технологий.

С целью выявления поддержки развития трансфера технологий в Украине был принят Закон «О государственном регулировании деятельности в сфере трансфера технологий» [1], который направлен на обеспечение эффективного использования научно-технического и интеллектуального потенциала государства, технологичности производства продукции, охраны имущественных прав на отечественные технологии, расширение международного научно-технического сотрудничества.

Вопросы развития системы трансфера технологий рассматривались в работах В. В. Бутенко [5], С. В. Корсунского [2, 3], А. Римера [6] А. И. Сухорукова [4] и др.

Одним из слабо разработанных вопросов в проблематике отечественного трансфера технологий является проблема инвестиционного обеспечения, связанного с поиском разнообразных источников финансирования предприятий-инноваторов, предпринимательских и инновационных проектов, специальных программ трансфера и коммерциализации технологий. Особенно эта проблема актуализируется в связи с потребностями развития в Украине экологически чистых технологий (далее — экотехнологий), что стимулируется новыми веяниями экологизации общественного производства, осуществляемого в рамках новых концепций «зеленой экономики» [7].

В данной статье ставится цель рассмотреть некоторые методологические и прикладные аспекты использования венчурного механизма трансфера экотехнологий как одного из важных направлений формирования инвестиционного базиса технологического обновления и повышения экономико-экологической эффективности развития территорий и регионов Украины.

На основании теоретических и эмпирических обобщений следует акцентировать внимание на одном из важнейших способов создания и продвижения на рынок инновационных технологий — использовании возможностей венчурного механизма. Рассмотрим данную проблему относительно задач создания трансфера экотехнологий. Прежде всего, проанализируем место венчурного механизма в системе инвестиционного инструментария обеспечения развития трансфера технологий, а также структуру и содержание венчурного механизма.

Понятие венчура (venture) в англоязычной литературе связывается с понятиями «рискованное предприятие» или «начинание». К настоящему времени сформирована целая группа понятий и категорий, которые дают возможность получить относительно полное описание венчурного механизма.

Прежде всего, обратим внимание на то место, которое занимает венчурный механизм в системе инструментов инвестирования развития трансфера технологий, которое нами приведено на рис. 1.

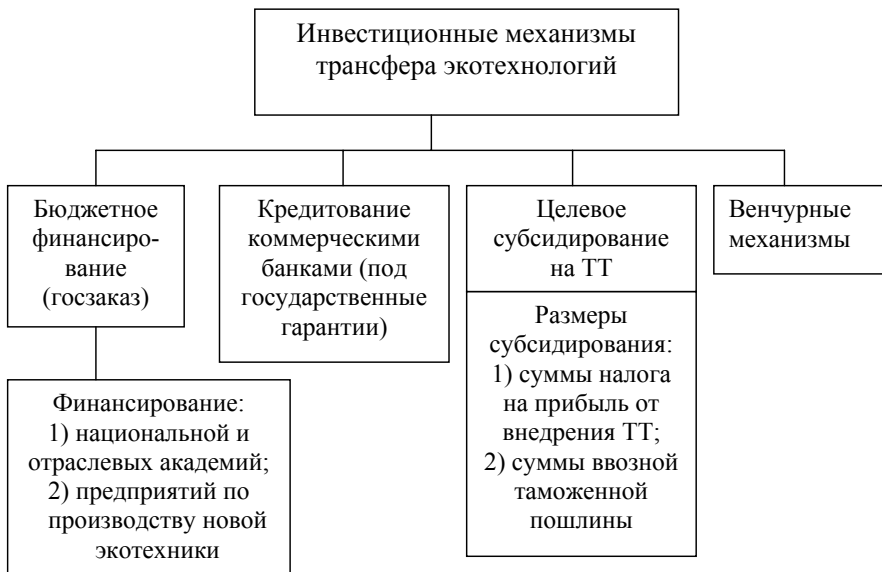


Рис. 1. Венчурные механизмы в системе инвестирования инструментария обеспечения трансфера технологий

Структура венчурного механизма показана нами на рис. 2, в рамках которого обобщаются используемые в настоящее время способы достижения целей инновационного технологического развития.

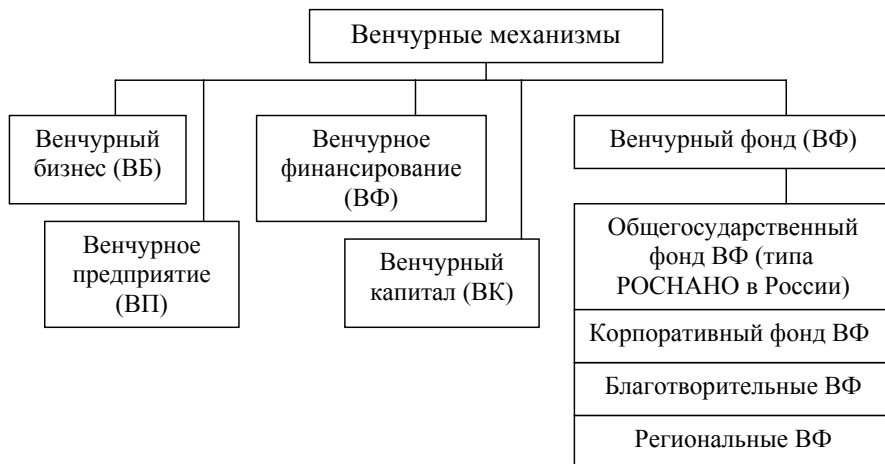


Рис. 2. Структура венчурного инструментария инновационного развития

Понятийно-категориальное представление структурных составляющих венчурных механизмов нами обобщено в таблице 1. В качестве отдельных дополнений обратим внимание на некоторые важные аспекты рассматриваемой проблемы.

Таблица 1

Понятийно-категориальное описание системы венчурных механизмов применительно к трансферу экотехнологий

№ пп	Понятие, категория	Содержание
1.	Венчурный бизнес	Совокупность различных видов деятельности, которые могут принести доход или иные личные выгоды в сфере трансфера экотехнологий (разработки, создание, продвижение на рынке), сопровождаемые перманентным риском недополучения прибыли
2.	Венчурный механизм	1) средство достижения целей экологизации общественного производства на основе развития «рисковых предприятий», обеспечивающих развитие системы трансфера технологий; 2) порядок алгоритма и методы реализации проектов трансфера экотехнологий
3.	Венчурное предприятие	Предприятие малого бизнеса, занимающееся организацией и проведением научных исследований, опытно-конструкторскими разработками или другими наукоемкими работами, благодаря которым осуществляются рискованные экотехнологические проекты
4.	Венчурное финансирование	1) финансовая деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц для решения задач финансового обеспечения реализации проектов трансфера экотехнологий; 2) рисковое финансовое предпринимательство, направленное на использование технических и технологических новшеств, научных достижений, еще не используемых в практике решений проблем экологизации общественного производства

№ пп	Понятие, категория	Содержание
5.	Венчурный капитал	1) любой капитал, хотя и с риском потерь, способный принести доход при реализации проектов трансфера экотехнологий; 2) ресурсы, созданные людьми для производства экотехнологий (экологически чистые производства); 3) вложенный в экотехнологии работающий источник доходов в виде средств производства (сооружения, машины, оборудование, инструменты, приборы); 4) экотехнологическая информация, используемая как средство труда, как товар
6.	Венчурный фонд	1) запас, накопление денежных средств, денежный капитал, денежные и материальные средства, сосредоточенные в единую совокупность с целью использования их для создания экологически чистых технологий и трансфера экотехнологий; 2) организация, учреждение, созданные для оказания содействия инновационной деятельности, в т. ч. связанной с трансфером экотехнологий

Понятие «венчур» в мировой практике обычно имеет два значения «внутренний венчур» и «внешний венчур».

В первом случае предполагается, что венчур организуется самим автором идеи и венчурным предпринимателем.

Во втором случае, когда венчур занимается привлечением средств для осуществления экологически ориентированных технологических проектов с использованием организационных механизмов и финансовых ресурсов различных организаций, например, страховых компаний, пенсионных, благотворительных и иных фондов, накоплений населения, средств государства и других инвесторов.

Считаем необходимым обратить внимание на некоторые особенности такого вида финансирования, как венчурное финансирование. Прежде всего, оно связано с большим риском недополучения доходов по инвестициям.

Во-первых, венчурным бизнесом чаще всего занимаются малые предприятия, которые могут быть организованы:

- при разработках научных исследований и новых технологий;
- при наукоемких производствах.

Особое место в развитии системы трансфера экотехнологий занимают вопросы их инвестирования, в частности, в форме венчурных фондов. В экономической литературе венчурные фонды чаще всего связываются с инвестиционными компаниями, которые работают исключительно с инновационными предприятиями и проектами (стартапами).

Венчурный механизм играет большую роль в развитии коммерциализации трансфера технологий, которая во многих аспектах является достаточно сложным и длительным процессом, затрудняющим решение финансирования. Этот процесс требует значительных финансовых ресурсов, так как возврат кредита для прямых инвесторов осуществляется, как правило, не ранее чем через 5–10 лет. Поэтому трансфер технологий финансируется

из различных источников и на разных этапах. Эти источники трансформируются. В этом плане весьма интересным является опыт США по использованию различных источников финансирования трансфера технологий на разных этапах его реализации (таблица 2).

Таблица 2

Схема финансирования этапов трансфера и коммерциализации технологий
[3, с. 95]

№ пп	Этапы трансфера технологий	Потенциальные источники финансирования			
		Бюджетные фонды	Благотворительные спонсоры, корпорации, технологические лаборатории	Венчурный капитал	Корпоративные венчурные фонды, «долговое» финансирование
1.	Фундаментальные исследования	+			
2.	Разработка концепций/изобретений	+	++		
3.	Проектно-конструкторские работы	++	++	++	
4.	Создание продукта		++	+	++
5.	Производство и маркетинг			+	+

+ — основной источник финансирования;

++ — вторичный источник

Рассмотрим некоторые аспекты рынка инвестиций, определяемых деятельностью венчурных фондов.

Во-первых, инвестиционные фонды осуществляют инвестиции в ценные бумаги и предприятия с относительно высокой степенью риска в ожидании, соответственно, высокой прибыли. Практика показывает, что, несмотря на то, что примерно 70–80 % инновационных проектов не приносят прибыли, прибыль от оставшихся 20–30 % окупает все убытки [4].

Во-вторых, важной составляющей рынка инвестиций в сферу экологически чистых технологий и трансфер экотехнологий являются так называемые «бизнес-ангелы», их сущность заключается в следующем.

Обычно бизнес-ангелы сосредотачивают свою деловую активность на вложении в компании на самой ранней стадии развития проекта в размерах инвестиций от 50 до 300 тыс. долл. Бизнес-ангелы отличаются от классической формы венчурных фондов тем, что предпочитают вкладывать инвестиции в проекты со средней степенью риска и инвестициями в размере 1,0–5,0 млн. долл.

Хотелось бы обратить внимание еще на одну особенность «бизнес-ангелов», связанную с внешнеэкономическими мотивами. Она связана с тем, что мотивацией «бизнес-ангелов» является не только желание получить прибыль, но и желание помочь «хорошему человеку (проекту)».

Таким образом, принципиально важными для развития инвестиционных механизмов трансфера экотехнологий в Украине становятся такие направления:

1. Развитие трансфера технологий является важнейшим фактором обеспечения инновационных моделей развития экономики, экологизации производства, повышения социально-экономического качества развития регионов. Для Украины решение вопросов развития системы трансфера и коммерциализации технологий является исключительно актуальным и далеко неразработанным в теоретико-методологических, методических и прикладных аспектах.

2. Одним из важнейших вопросов развития трансфера технологий в Украине, особенно касающихся проблем экологизации и социологизации экономики, являются вопросы финансирования и коммерциализации технологий, которые пока остаются на крайне низком уровне решений. При этом перспективы активизации развития трансфера технологий в Украине следует связывать с целенаправленной организацией диверсификации источников финансирования, так как возможности использования ресурсов государственного бюджета через программы поддержки инноваций крайне ограничены.

3. Зарубежный опыт и, в определенной степени, отечественный показывают, что особенно в условиях кризисных экономических ситуаций в системе развития трансфера экотехнологий необходимо всемерное стимулирование малого бизнеса, частных инвесторов, венчурных фондов и компаний. Для Украины особую положительную роль может сыграть венчурный механизм финансирования и коммерциализации трансфера технологий. Это связано с тем, что венчурный капитал, как правило, тяготеет и устремляется к новым компаниям, которые создаются в Украине и которые имеют хорошую организацию, четко концептуальные позиции, достаточный рынок и бизнес-планы.

4. С точки зрения интересов Украины в активизации развития трансфера технологий в условиях крайне ограниченных финансовых ресурсов государства следует максимизировать реализацию возможностей венчурных механизмов, в частности, их особую специфику — возможности распознавания рисков (риски, которые ассоциируются с такого рода инвестициями, делают другие виды инвестирования невозможными). Венчурные предприятия имеют возможность получать достаточно значительные дивиденды, в том числе, в виде акций компаний. Венчурный бизнес, как правило, связанный с инновациями, формирует особые формы мотивации неэкономического характера.

Список использованной литературы

1. Закон Украины «О государственном регулировании деятельности в сфере трансфера технологий» // Голос Украины. — 2006. — № 213 (14 ноября). — С. 3–4.
2. Корсунський С. В. Науково-технологічна сфера як ключовий елемент розвитку економіки США / С. В. Корсунський // Науково-технічна інформація. — 2003. — № 3. — С. 16–20.
3. Корсунський С. В. Трансфер технологій у США / С. В. Корсунський. — К.: УкрІНТЕІ, 2005. — 148 с.

4. Сухоруков А. І. Трансфер економічних криз як причина недосконалих циклів / А. І. Сухоруков // Стратегічна панорама. — 2004. — № 2. — С. 68–84.
5. Бутенко В. В. Экологизация и развитие трансфера экотехнологий как инструмент антикризисного управления развитием приморских регионов / В. В. Бутенко // Антикризисное управление морским природопользованием (теоретико-методологические и прикладные аспекты исследования) / Под ред. Б. В. Буркинського, В. Н. Степанова. — Одесса: ИПРЭИ НАН України, 2010. — С. 516–540.
6. Reamer A. Technology Transfer and Commercialization: Their Real in Economic Development / A. Reamer, I. Icerman, J. Youtie // Economic Development Administration U. S. Department of Commerce Report, August 2003.
7. Буркинський Б. В. «Зелена» економіка кризь призму трансформаційних рішень в Україні / Б. В. Буркинський, Т. П. Галушкіна, В. Є. Реутов. — Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2011. — 348 с.

В. В. Бутенко

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

РОЗВИТОК ВЕНЧУРНИХ МЕХАНІЗМІВ ТРАНСФЕРА ЕКОТЕХНОЛОГІЙ

Резюме

У статті розглянуті методологічні і прикладні аспекти використання венчурного механізму трансфера екологічних технологій. Досліджені питання формування інвестиційного базису технологічного оновлення і підвищення економіко-екологічної ефективності розвитку економіки України.

Ключові слова: трансфер, трансфер технологій, венчур, венчурні механізми, екологічні технології, інноваційні механізми, інвестиції.

V. Butenko

Odessa I. I. Mechnikova National University

DEVELOPMENT VENTURE MECHANISMS OF TRANSFER OF EKOTEKHNOLGY

Summary

The methodological and applied aspects of the use of venture mechanism of transfer of ekotekhnology are expounded in the article. The questions of forming of investment base of technological update and increase of economics and environmental efficiency of environmental technology of Ukraine are investigational.

Key words: transfer, transfer of technologies, venchur, venture mechanisms, ekotekhnologii, innovative mechanisms, investments.

УДК 339.727.22:330.341.1

Є. І. Войнова

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

МОДЕЛЬ ЗАПУСКУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

В статті запропонована модель прискороеного, ефективного, з мінімальними витратами запуску інноваційної спіралі розвитку України шляхом: по-перше, підтримки абсолютно всіх винахідників, що мають винаходи на сьогоднішній день, по-друге, використання наявних в економіці технологій і ресурсів, по-третє, залучення великої кількості учасників на добровільних засадах із застосуванням мережевого маркетингу в системі винагород.

Ключові слова: інноваційний розвиток, винахідник, українське економічне диво, державна інноваційна установа, стратегія інноваційного розвитку.

Проблемою впровадження в Україні інноваційного підприємництва та побудови національної інноваційної системи займаються і наукові, і урядові кола вже не перший рік. Написано немало статей про необхідність та проблеми впровадження інноваційної системи господарювання [1–6], розроблені стратегії [7–10] інноваційного розвитку України до 2039 року. Проте на практиці інноваційне підприємництво залишається на низькому рівні.

За таких умов існування розриву між бажаним і реальним станом інноваційного розвитку актуальним все в більшій мірі стає питання, як правильно будувати державну політику по відношенню до підприємств, щоб стимулювати їх самостійно переходити на інноваційний лад господарювання.

Як показали власні наукові дослідження, до питання інноваційного розвитку необхідно підходити з нового боку. Тому метою цієї статті є винайти той інноваційний механізм, який дозволить самостійно сформуватися національній інноваційній системі (НІС) України.

Розробку механізму інноваційного розвитку розпочнемо з Одеського регіону, який знаходиться на одному з головних місць за інноваційним потенціалом в економіці України.

Соціально-економічний і, в тому числі, інноваційний розвиток Одеської області підпорядковується стратегії інноваційного розвитку України на 2009–2018 роки та на період до 2039 року [7]. Хоча використаний документ є проектом, проте, як показує практика, проекти слабо відрізняються від прийнятих документів. В нашому дослідженні допустимо його використовувати. Відповідно до нього головним пріоритетом держави виступає творча Людина [7, с. 10] (для інноваційного розвитку такий пріоритет є одним з найголовніших). Відповідно до проголошеної стратегії інноваційного розвитку виділяються три періоди економічного розвитку. Пріоритетом першого періоду (з 2009 по 2018 рік) є стабільне економічне

зростання, яке планується досягти переведенням економіки України на інноваційну модель розвитку шляхом створення та розвитку регіональних та галузевих інноваційних кластерів. Пріоритетом другого періоду (з 2019 по 2028 рік) є розвиток соціальної сфери, якого планується досягти стабілізацією темпів соціального та економічного розвитку України на інноваційній основі шляхом формування загальнодержавного інноваційного кластера. Пріоритетом третього періоду (з 2029 по 2038 рік) є дружнє довкілля, якого планується досягти формуванням суспільства сталого розвитку на інноваційній основі шляхом переходу до засад «суспільства знань» [7, с. 11].

Досвід іноземних держав у процесі інноваційного розвитку з позиції фінансової підтримки інноваційних розробок стандартними методами в Україні в найближчому майбутньому не буде впроваджений, хоча й проголошується.

Вихід на інноваційний шлях розвитку, на наш погляд, можливий за умов залучення до НІС усіх учасників ринкових відносин.

Аналіз структури господарюючих суб'єктів в Одеській області [11] (дані достовірні на 80 %) дозволив зробити такий висновок. Якщо поділити зареєстровані 93859 підприємств на групи потенційних інноваторів та споживачів (замовників) інновацій, а саме: 1) підприємства з дуже високим потенціалом і необхідністю впроваджувати інновації, 2) підприємства з дуже високим попитом на інноваційні розробки, 3) підприємства з високою інноваційною зацікавленістю, 4) підприємства з високим потенціалом і необхідністю впроваджувати інновації, 5) підприємства з високим попитом на інноваційні розробки, 6) підприємства з високими пропозицією і попитом на інноваційні розробки, 7) підприємства з середньою інноваційною зацікавленістю, 8) підприємства з середнім потенціалом і необхідністю впроваджувати інновації, 9) підприємства з середнім попитом на інноваційні розробки, 10) підприємства з середніми пропозицією і попитом на інноваційні розробки, 11) підприємства з низькою інноваційною зацікавленістю, 12) підприємства з слабким попитом на інноваційні розробки, 13) підприємства з невідомим видом діяльності, — то розподіл за видами діяльності показує, що в цілому потенційно зацікавлених підприємств в інноваціях може бути лише 23,17 % (перші 10 груп підприємств — 21749 одиниць) і 71,70 % підприємств (72110 одиниць), що за родом діяльності інновації в роботі просто не потребують.

За цих умов і не дивно, що з потенційних 3508 підприємств-інноваторів (групи 1, 3, 4, 6) за даними статистики [12, с. 93], в 2009 році лише 58 підприємств займалися інноваційною діяльністю. І на майбутнє розроблений стратегічний план підвищення конкурентоспроможності Одеської агломерації [13] підтверджує, що з-поміж інших пріоритетів (АПК, туризм та рекреація, транспорт і логістика) інноваційне підприємництво, яке найскладніше впровадити, залишається на останньому місці.

В той же час, експертний комітет зі стратегічного планування економічного розвитку з метою підвищення людського та інноваційного потенціалу пропонує уряду, по-перше: сконцентруватися на розвитку освітніх

та наукових інституцій шляхом створення системи лабораторно-дослідних інноваційних центрів, забезпечення розвитку та підтримки дослідницьких інституцій у трансфері технологій, формування механізму фінансової та організаційної підтримки дослідницьких інституцій; по-друге: здійснювати підтримку та координацію співпраці між наукою шляхом створення Південноукраїнського інноваційного центру, налагодження мережі співпраці між бізнесом та сектором наукових досліджень, забезпечення умов стимулювання розвитку інноваційних МСП через програму створення інкубаторів, залучення інноваційного центру потужної іноземної ІТ-компанії; по-третє: підвищувати інноваційний потенціал мешканців шляхом створення системи освіти, підготовки фахівців та менеджерів для основних напрямків інноваційного підприємництва, створення системи залучення молодих талановитих дослідників, організації інноваційного клубу для обміну інформацією та досвідом у сфері інновацій.

Всі ці пропозиції мають сенс, проте ступінь їх реалізації і ефективності при теперішньому соціально-економічному становищі держави дуже низька.

На наш погляд, в Україні швидкий розвиток національної інноваційної системи можливий лише за допомогою запуску природного механізму взаємної зацікавленості всіх суб'єктів інноваційної діяльності.

Перш ніж запропонувати модель найменш витратної і з високим відсотком реалізації програми виходу на інноваційну модель розвитку (якщо запуститься інноваційна програма з мінімальними витратами, то будь-які фінансові вкладення будуть додатковим фактором пришвидшення і удосконалення інноваційного процесу) розглянемо цілі суб'єктів, що можуть і вже займаються інноваційною діяльністю.

Суб'єктів інноваційної діяльності можна розподілити на декілька груп, а саме: 1) ті, що безпосередньо створюють чи беруть участь у створенні інновації, 2) ті, що обслуговують інноваційну діяльність підприємств, 3) ті, що споживають або готові споживати інноваційний продукт.

Перша група суб'єктів, в тому числі, за цілями реалізації інновацій, розподіляється наступним чином.

Існуючий сьогодні винахідник, створюючи винахід (за власні кошти), вирішує ту чи іншу проблему, яка стоїть перед ним або його оточенням у побуті, і коли він звертається до інвесторів з пропозицією впровадити у виробництво, або починає процедуру патентування винаходу, то це означає, що він вирішив поставлену проблему власними силами і пропонує іншим надати змогу вирішити цю саму проблему його способом або механізмом. Виходячи з цього, першочерговою метою винахідника є зробити його винахід загальнодоступним. На наступному місці стоїть мета отримання матеріальної винагороди за винахід. На третьому — можливість робити подальші винаходи більш складні і досконалі і стабільним матеріальним забезпеченням.

Цілі підприємств, що сьогодні займаються інноваціями, відрізняються від цілей винахідників тим, що на першому місці у керівництва стоїть прибуток, і тому винаходи робляться по пріоритету прибутковості, вироб-

ничих потужностей і можливості комерціалізувати винаходи на ринку; на другому місці стоїть майбутній прибуток з більш досконалих винаходів і замовлень на винаходи, на третьому — імідж та науковий розвиток.

У інвесторів чи підприємств, які можуть впроваджувати нововведення, проте на сьогодні не займаються ними, пріоритети цілей направлені в бік високоприбуткових проєктів, які швидко окупаються і з невеликими ризиками.

У наукових установ по відношенню до винаходів першочергові цілі полягають у створенні абсолютних світових новинок для самозатвердження, признання у науковому колі, отримання державних винагород та премій, на другому місці стоять матеріальна винагорода за знання, на третьому — можливість використання винаходу суспільством.

До другої групи суб'єктів інноваційної діяльності відносяться державні органи та безпосередньо уряд, які відрізняються за цілями наступним чином. Державні органи влади головною метою ставлять виконання найліпшим способом розпорядження уряду для отримання певних привілеїв. Уряд головною метою ставить підтримання гармонійного соціально-економічного розвитку держави, на другому місці стоїть мета виконання обов'язків перед світовою спільнотою, і на третьому — створення іміджу держави в світі.

До третьої групи суб'єктів інноваційної діяльності відносять громадян та всіх суб'єктів господарської діяльності, для яких пріоритетами покупок інновацій прямо чи опосередковано є поліпшення якості отримуваних послуг та благ, зменшення витрат на обслуговування, доступна вартість. Серед цілей громадян на першому місці стоїть матеріальне забезпечення, на другому — комфорт, на третьому — професійна самореалізація, а серед цілей суб'єктів господарської діяльності на сьогоднішній день на головних місцях стоять виживання, розширення ринку збуту, прибуток, на другорядних — удосконалення матеріально-технічної бази, і на останніх — підвищення матеріального та соціального забезпечення працівників.

Виходячи з цих цілей, розставимо пріоритети впливу суб'єктів інноваційної діяльності один на одного.

Найсильнішим та найстабільнішим суб'єктом інноваційної діяльності є винахідники, які вже сьогодні працюють над винаходами на свій власний ризик та за свій рахунок. Тому, на наш погляд, саме з них необхідно починати створювати інноваційну систему.

Першим кроком необхідно підтримати існуючих інноваторів з готовими винаходами. Відповідно до реалізації головної мети винахідника, йому необхідно допомогти у вирішенні таких завдань. По-перше, розрекламувати практичне застосування винаходу і його переваги за допомогою використання Інтернет, телебачення, радіомовлення. Це дозволить сформувавши попит, знайти інвестиційні ресурси, виробничі потужності для комерціалізації винаходу (це все можна зробити на безкоштовній основі, використовуючи ті рекламні місця, що простояють). По-друге, знайти підприємство або підприємства, які мають виробничі потужності для комерціалізації винаходу. Це також можна зробити на безкоштовній основі, використовуючи

чи, наприклад, ентузіазм та енергію студентів-волонтерів та досвід і інформацію державних статистичних органів. По-третє, знайти постачальників ресурсів. По-четверте, знайти зацікавлених майбутніх споживачів, які замовлять дану інновацію. Всі ці завдання до моменту експериментального виробництва можуть бути виконані на безкоштовній основі, ентузіазмі винахідника і тих суб'єктів, яким сподобався винахід.

Наступна ціль винахідника — отримання матеріальної винагороди, яка повинна формуватися як відсоток від прибутку впровадженого у виробництво винаходу. І третя ціль — робити подальші винаходи, забезпечитися сформованим іміджем винахідника, участю в процесі комерціалізації попереднього винаходу і подальшим розвитком.

Підтримка винахідників на запропонованому шляху тісно пов'язана з іншими суб'єктами, які мають свої цілі та інтереси. Для становлення національної інноваційної системи ці цілі та інтереси необхідно обов'язково враховувати таким чином, щоб стимулювати цих суб'єктів брати постійну участь все в більших розмірах в інноваційному житті країни.

Щоб ефективно залучити наступних суб'єктів до інноваційних проєктів, необхідно запропонувати значні заохочення. Стимулом участі інформаційних мереж в безкоштовному наданні рекламних просторів може бути дольова участь у прибутку від комерціалізованого винаходу з нульовим оподаткуванням на визначений період.

Підприємство-власник устаткування повинно бути зацікавленим у наданні доступу до матеріально-технічної бази можливістю більших амортизаційних відрахувань з цього устаткування та також дольовою участю у майбутньому прибутку від винаходу.

Підприємство-власник ресурсів — це єдиний суб'єкт, який може нести прямі грошові витрати при залученні до реалізації інноваційного процесу (вартість нереалізованої сировини). Тому, окрім дольової частки у майбутніх прибутках, стимулюючим фактором повинна бути можливість перекриття собівартості цієї сировини зменшенням податкових відрахувань на суму собівартості.

Студенти-волонтери можуть бути зацікавлені майбутнім працевлаштуванням або можливістю отримання пільг для подальшого навчання, досвіду та матеріалу для науково-практичної роботи.

Державні установи на початковому етапі відіграють дуже важливу посередницьку роль. Інноватор в державних органах повинен відчувати і отримувати підтримку, захищеність і реальну допомогу. Будь-яка державна установа у повному складі її працівників повинна знати, хто саме компетентний дати відповіді на всі питання стосовно інновацій, і направляти всіх зацікавлених до нього.

На даний момент в Одесі є практика створення інноваційних центрів: Одеський регіональний центр інноваційного розвитку, Одеський інноваційно-інформаційний центр, Одеське регіональне відділення Державної інноваційної фінансово-кредитної установи України. Проте, як показує практика, їх діяльність нестабільна з причин неправильного управління ними з центру, і тому допомогти ні собі, ні тим паче інноваторам на

даному етапі вони не в змозі. Одеська область є відображенням ситуації у всій країні. На наш погляд, необхідно не створювати нові установи, а домогтися стабільності роботи, правильному делегуванню повноважень, правильній прозорій структурі компетенцій від найнижчої ланки до центру прийняття рішень на рівні держави. Значну увагу слід приділити відбору персоналу в структуру державної інноваційної мережі, який повинен бути на всіх ланках доброзичливим, налаштованим на переміни та інновації, таким, що постійно перебуває в пошуках знань і самореалізації, ініціативним, цілеспрямованим, морально стійким та сильним духом. Саме ці якості необхідні для того, щоб зуміти допомогти інноваторам реалізувати їх проекти. Державні установи можуть зацікавити людей з такими якостями кар'єрним ростом та самореалізацією.

Споживачів інновацій можна розглядати з двох сторін: як безпосередньо споживачів та як учасників інноваційного процесу. Учасниками інноваційного процесу вони можуть стати фінансово, тобто фінансуючи створення інноваційного продукту для майбутнього його споживання. Зацікавити фінансувати можна за допомогою дольової участі, знижки при подальшій покупці інноваційного продукту. Також споживачі можуть взяти участь у розповсюдженні інновації, використовуючи механізм мережевого маркетингу. Стимулом буде в такому випадку матеріальна винагорода як відсоток від продажу інновації.

Всі ці суб'єкти, які візьмуть участь у комерціалізації винаходу, об'єднуються у свого роду інноваційний кластер. Логічним буде відповідно до цієї моделі розробити єдиний багатосторонній типовий договір.

Контролюючим органом і свого роду організатором повинен виступати винахідник разом із відповідальною особою із державної інноваційної установи. В державній інноваційній установі така відповідальна особа повинна виконувати функції проектного менеджера. Для ефективної її роботи необхідно під кожний проект виділяти окремого спеціаліста з наявними вище переліченими якостями. Делегування управлінської відповідальності на державні органи, з нашої точки зору, необхідно з таких причин:

- коли урядова установа офіційно бере участь у розвитку інноваційного проекту по запропонованій моделі, вирішується проблема розриву між бізнесом і урядом, що робить більш ефективним як бізнес, так і законодавство;

- зникає проблема корупції (представники державних органів не можуть брати гроші, яких в інноваційних проектах і так нема, і на додаток із тих же представників державних органів);

- необхідні законодавчі документи для підтримки інноваційної діяльності швидше приймаються, бо пропонуються одночасно тією самою державною інноваційною установою;

- державна установа є неупередженою до будь-яких проектів, що є необхідним для комерціалізації абсолютно всіх винаходів;

- вона має необмежений доступ до кваліфікованих трудових ресурсів і спеціалістів, що є значною перешкодою для комерційної установи, де про-

ектні менеджери потребують дуже великих винагород за роботу, що відразу зводить нанівець можливість впровадження будь-якого винаходу;

– розроблені інновації, як і прибуток від них, залишаються в державі, без ризику втручання іноземних інвесторів;

– в державі збирається інформація про реальний стан технологічного розвитку реального сектора економіки України, який вона зможе поліпшити, наприклад, шляхом надання грантів компаніям у вигляді нового устаткування, технологій;

– і найголовніше — процеси співпраці з іншими державними органами стають також безкоштовними.

Ще одним значним механізмом просування інновацій може слугувати видання патенту на винахід винахіднику безкоштовно. При цьому надати право продажу ліцензії на право користування патентом державному інноваційному органу з відповідним переведенням винагороди з продажу до державного бюджету і ефективному перерозподілу учасникам самого процесу. Додатково необхідно надати преференції на отримання патенту вітчизняним компаніям.

Запропонована модель впровадження прискореного найменш витратного механізму інноваційного розвитку дозволить максимально ефективно і, найголовніше, на принципах стабільності, професіоналізму, безкорупційності, найкращих людських якостей впровадити «Українське економічне диво». Необхідно вийти з замкненого кола «гроші — гроші», який пропагується західним світом, і перейти до розвитку «професіоналізм — дух — взаємодопомога».

Список використаної літератури

1. Ашон Т. П. Інноваційна діяльність України в контексті міжнародного науково-технічного співробітництва. — Донецьк, 2006. — 175 с.
2. Геєц В. М., Семиноженко В. П. Инновационные перспективы Украины. — Харьков: Константа, 2006. — 204 с.
3. Федулова Л. І. Інноваційний розвиток промисловості України: тенденції та закономірності // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 3. — С. 82–97.
4. Циба Т. Є. Інноваційна діяльність підприємств України в умовах ринкової невизначеності: Дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01 / Національна гірнича академія України. — Донецьк, 2000. — 175 с.
5. Інноваційний розвиток промисловості України / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. — К.: КНТ, 2006. — 648 с.
6. Благодарний О. І., Гуртова М. П., Овчаренко В. М. Особливості та проблеми інноваційного розвитку підприємницьких структур Донецького регіону // Економічний вісник Донбасу. — 2006. — № 4. — С. 41–45.
7. Стратегія інноваційного розвитку України на 2009–2018 роки та на період до 2039 року : проект [Електронний ресурс] / Державне агентство України з інвестицій та розвитку. — 12.03.2009. — С. 1–33. — Режим доступу: http://www.in.gov.ua/files/content/strat_razvut.pdf
8. Державна цільова економічна програма «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009–2013 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 14 травня 2008 р. № 447: [Електронний ресурс] / Державне агентство України з інвестицій та розвитку. — 16.11.2010. — Режим доступу: http://www.in.gov.ua/index.php?lang=ua&get=55&law_id=180#1

9. Регіональна цільова економічна програма створення в Одеській області інноваційної інфраструктури на 2009–2013 роки : проект [Електронний ресурс] / Одеська обласна рада. — 18.12.2008. — Режим доступу: <http://oblrada.odessa.gov.ua/Main.aspx?sect=Page&IDPage=17013%0D%0A&id=462>
10. Проект стратегии экономического и социального развития Одесской области на период до 2015 года [Електронний ресурс] / Офіційний сайт міста Одеси. — 31.11.2007. — Режим доступу: <http://www.odessa.ua/news/5525>
11. Все предприятия Одессы (виды деятельности по КВЭД) [Електронний ресурс] / Каталог предприятий Одессы. — 2010. — Режим доступу: <http://my-odessa.org.ua/index.php?page=1>
12. Наукова та інноваційна діяльність в Одеській області : стат. збірник / [під ред. Л. Є. Котвинської]. — Одеса: Головне управління статистики в Одеській області, 2010. — 120 с.
13. Стратегічний план підвищення конкурентоспроможності та економічного розвитку Одеського субрегіону (м. Одеса, м. Теплодар, м. Южне, Біляївський, Комінтернівський, Овідіопольський райони) : проект [Розроблено експертним Комітетом зі стратегічного планування економічного розвитку]. — USAID, грудень 2010. — 78 с.

Е. И. Войнова

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

МОДЕЛЬ ЗАПУСКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОДЕССКОГО РЕГИОНА

Резюме

В статье предложена модель ускоренного, эффективного, с минимальными издержками запуска инновационной спирали развития Украины путем: во-первых, поддержки абсолютно всех изобретателей, у которых на сегодняшний день есть изобретения, во-вторых, использования имеющихся в экономике технологий и ресурсов, в-третьих, привлечения большого количества участников на добровольных основах с использованием сетевого маркетинга в системе вознаграждений.

Ключевые слова: инновационное развитие, изобретатель, украинское экономическое чудо, государственное инновационное учреждение, стратегия инновационного развития.

E. I. Voynova

Odessa I. I. Mechnicov National University

ODESSA REGION INNOVATION DEVELOPMENT RUN MODEL

Summary

In the article a model of rapid, efficient, with minimal costs run of an innovation spiral development of Ukraine by the first supporting all the inventors, who has already the invention, the second using available technology and resources in the economy, the third attracting a large number of participants on a voluntary basis, using the multi level marketing in a system of rewards is concentrated.

Key words: innovation development, an inventor, the Ukrainian economic miracle, state innovation agency, the strategy of innovative development

УДК 334.772

О. В. Горняк

Л. Х. Доленко

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ОТОЧУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА

У статі досліджено особливості технологічного, комерційного фінансового та соціального розвитку підприємств в умовах невизначеності економічного середовища. Запропоновано шляхи формування стратегії підприємств, яка забезпечує їм виживання та розвиток.

Ключові слова: розвиток, контррозвиток, технологічний розвиток, комерційний розвиток, фінансовий розвиток, соціальний розвиток, типи стратегії.

Сучасний етап розвитку світової і національних економік характеризується нестабільністю, невизначеністю та різноманітністю, що визначальним чином впливає, перш за все, на діяльність підприємств. На мікрорівні відбуваються радикальні зміни: формується підприємство нового типу; підприємства створюють різного роду об'єднання, починаючи з альянсів, мереж і закінчуючи кластерами, змінюється поведінка підприємств на ринку, з'являються нові стратегії їх розвитку. Якраз розвиток підприємств привертає особливу увагу дослідників. Особливостям розвитку підприємств в нових умовах господарювання присвячені дослідження провідних економістів. Їх праці використані в нашому дослідженні. Це — І. Ансофф, А. Котта, А. Мінк, Дж. Морін, Ф. Перрукс, М. Портер, Г. Рошер, А. Турен.

В той же час, особливої уваги заслуговує не лише дослідження якісних характеристик розвитку, але й взаємозв'язок розвитку із сучасними стратегіями підприємств. Метою даної статті є дослідження особливостей різних форм розвитку підприємств та їх взаємозв'язок і взаємовплив зі стратегією підприємства.

Розвиток може бути розглянутий як результат технічного прогресу на рівні країни, галузі і підприємства. Взагалі економісти, управлінці і практики вважають, що індустріальний розвиток у широкому розумінні проходить через технологічний розвиток, який охоплює, окрім технічного розвитку виробництва, використовувани матеріали, операційні дії і управління, концепції продуктів тощо. Це причина, за якою розрізняють технологічний і індустріальний розвиток. У 50–60-х роках більшість країн, у тому числі, і країни, що розвиваються, знаходилися під впливом глибоких процесів технічної модернізації та індустріалізації. Домінуючою концепцією була така, що все можна поліпшити завдяки технології. Якщо економіка знаходиться у важкому становищі, це тому, що науки мало або вона неактивна, або тому, що не знають, як її застосувати. Інакше кажучи, розвиток технологічної науки має забезпечити економічний і соціальний розвиток країни.

Такий оптимізм спровокував значний трансферт технології з багатих країн до бідних. Незважаючи на багаточисленні невдачі, які породили певні сумніви у простому зв'язку між технологією і розвитком, усе ж залишається впевненість, що технологія може бути потужним детермінантом розвитку. У зв'язку з цим слід згадати про недоліки неокласичної виробничої функції, яка враховує фактори капіталу і праці, але не враховує динаміку технологічного прогресу.

Дослідження ж показують значну роль, яку може відігравати технологія в удосконаленні виробництва, навіть якщо цей фактор не є єдиним чинником. Ця роль технології у розвитку галузей і країн приводить до необхідності фіксації завдань щодо модернізації та удосконалення нових технологій в індустріальній політиці. Технологічний розвиток підприємств є важливим фактором збільшення продуктивності і компетенції підприємств.

Значній кількості підприємств, які довготривало знаходились на шляху модернізації, сьогодні загрожують більш ефективні конкуренти, національні або зарубіжні. Навіть НІК третього світу володіють технологіями розвинених країн і стають значною загрозою їх підприємствам. Тому найбільш прогресивні підприємства значно збільшили інвестиції в дослідження і розробки (RD) за останні роки, створюючи приклад, завдяки своїм успіхам, для тих, хто має ще сумніви. За цих умов, окрім фінансових ресурсів традиційного загальновизначного фактору доходу підприємств, з'явилося поняття технологічного ресурсу, або нового фактору розвитку.

Ця необхідність настільки стала зрозумілою керівникам і теоретикам, що класичні моделі стратегії підприємств збагатилися у цьому розумінні [1]: пара Продукт/Ринок корпоративної стратегії стала тріадою «Продукт — Ринок — Технології», без якої ніяка стратегія не заслуговує довіри. Дійсно, відштовхуючись від матриці [Продукт — Ринок], І. Ансофф, наприклад, пропонує три розміри для визначення діяльності в натурі і у обсягах підприємства: (Технологія — Функція споживання — Група споживачів), які дозволяють визначити сферу стратегічної діяльності (DAS). Головним внеском цієї моделі є висвітлення технологічної сфери підприємства. Більш того, це стало підґрунтям для розробки іншої моделі стратегічного аналізу — G. S. Day, який додав четвертий розмір, — функцію пропозиції. DAS і професія (технологія і функція пропозиції) підприємств співіснують у цій більш повній моделі.

Насправді, зміна технології не ігнорувалася традиційними стратегічними моделями, а, як підкреслює І. Моріс, вона прихована [2]. Це означає, що матриця BCG, наприклад, яка ґрунтується на концепції «ефект досвіду» непрямо інтегрує технологію в широкому розумінні. Дійсно, важливість набутого досвіду охоплює існуючі процеси і моделі. Технологічна складова присутня, але не є основним фактором розвитку.

Навпаки, концепція ADL наближена до багатьох підходів BCG, бо, вписуючись в течію конкурентної стратегії, передбачає новий підхід до аналізу стосовно технології. Вона переходить у стратегічну матрицю типу: «Вигоди ринку — Можливості підприємства», щоб знайти можливі еволюції

кожної діяльності під впливом прогресу технології. Цей аналіз формує такі рекомендації:

- надавати привілеї ключовим технологіям;
- запроваджувати технології розвитку, обираючи кращу;
- уникати інвестицій у народжувані технології.

Такий тип рекомендації свідчить, що у деяких концепціях технологічний розвиток не означає, у точному розумінні інновацій, як це зазвичай прийнято вважати. Насправді, якщо напрям на технологію не буде інтенсивним на підприємствах, то він проявився або у реальних інноваціях, або у впровадженні, або у розвитку уже відомої іншим підприємствам техніки. Просте впровадження нової технології може мати для підприємства багаточисленні наслідки, зокрема, в плані моделей, в організаційному і комерційному розвитку.

Наприклад, технологічні фільтри, розгалужуючись, можуть провокувати швидку зміну професій; упровадження роботизованих процесів може змінити умови праці, потреби у професійній перепідготовці і, навіть, змінити культурні звичаї. Зміна певних сегментів залежності від інших може зашкодити дійсному технологічному розвитку підприємства. Це причина, з якої сучасні автори пропонують більш інтегровані переходи у стратегії технологічного розвитку.

Таке нове сприйняття проблеми технології ґрунтується на широкій концепції цього поняття. Дж. Морін вважає, що технологія покриває всі фундаментальні науки, техніки і правила, які входять як в концепцію продукту, так і у виробничі процедури, методи управління, або в інформаційні системи підприємств [2].

Таким чином, технологічний розвиток може бути реалізований іншими підходами ніж «нова техніка» у вузькому розумінні цього слова. Треба відзначити, що у діяльності багатьох підприємств з'являється зростання виробничих процедур та організації виробництва, попередньо апробованих в інших країнах. Зокрема, виробничі підходи типу канбан, що застосовуються на японських підприємствах, спрямовані на скорочення запасів.

Еволюція фірм на ринку, концентрація діяльності, посилення стратегічних позицій у конкурентній системі формують різноманітні види комерційного розвитку. Індустріальна економіка показує, як структура ринку визначає можливості і загрози, що впливають на поведінку підприємств. Поміж елементів, які звичайно враховуються при аналізі цих структур, фігурують розміри ринку, зміни попиту, природа запропонованих благ, ступінь диверсифікації та інтеграції діяльностей, конкурента система тощо. Такий аналіз може допомогти визначити ринкову стратегію, яка забезпечить розвиток підприємства.

Для ілюстрації методів, за якими економісти досліджують розвиток фірм на ринках, спробуємо послідовно визначити характеристики сучасної конкурентної системи, а також різноманітні можливості стратегічних ринкових підходів. Звичайно, перший систематичний аналіз переваг конкурентної моделі функціонування ринку відноситься до робіт А. Сміта. Відштовхуючись від принципу, згідно якого кожен індивід переслідує власні

інтереси і створює свій внесок цим у загальний інтерес, усе керується за допомогою спонтанно визначених цін під впливом конкурентних сил.

Отже, економісти швидко помітили, що для ефективного управління «невидимою рукою» виробництва, конкуренція має бути описана в рамках чітких умов, що привело їх до розробки в ХІХ ст. моделі чистої і досконалої конкуренції. Ця модель, яка ґрунтується на таких характеристиках, як атомізація ринку, гомогенність продуктів, свобода входу і виходу з ринку, його прозорість тощо, з часом виявляла все більшу віддаленість від реального ринку.

Однак достоїнства конкурентної системи постійно екзаменуються нашими формами суспільства. У політичному плані конкурентна система оцінюється як така, що вимагає децентралізації та розпорошення влади, що, до деякої міри, вберігає країну від тоталітаризму. У економічному плані конкурентний ринок вважається більш лояльним до споживачів і спрямовується до суспільного блага. Для ілюстрації цього неокласики використовують критерій Парето, який встановлює, що будь-яка зміна конституює прогрес, якщо вона забезпечує одному або багатьом індивідам збільшення задоволення без зменшення його іншим.

ХХ-е сторіччя і все більше очевидна турбулентність економіки зруйнували базові абстрактні моделі конкуренції. З'являється, зокрема в Кембріджі, теорія недосконалої конкуренції. Однак сьогодні підприємства продовжують еволюціонувати до середовища під назвою конкурентного, тобто здійснюють безкінечне протиборство. Але сучасна конкурентна система ґрунтується на створенні нерівності, або на рівні благ, інформації, характеристик фірм, або в умовах входу.

Комерційний розвиток фірми полягає, таким чином, у боротьбі в контексті конфліктів, кооперації та переговорах. Ця характеристика сучасної конкурентної системи є тим більш подмітна, що кордони розширилися внаслідок зростання розмірів одиниць, що можна розглядати сьогодні як діяльність в межах світової економіки.

Феномен світової інтеграції є втім сьогодні такий значний, що дехто приходить до думки, що комерційний розвиток фірм не відбувається лише через інтернаціоналізацію їх комерціалізації, як це було протягом довгого періоду, але з'являються інші шляхи, що відрізняються від простого експорту.

Втім, у макроекономічному плані навіть поняття інтернаціональна комерція частково застаріло. А Котта свідчить, що розміри обмінюваних між націями благ і особливо ціна цих благ перш за все є наслідком внутрішнього стратегічного вибору декількох великих ТНК [3]. Таким чином, зараз не стільки нації, які торгують між собою, оскільки підприємства, які засновували свої виробничі підрозділи на світовому просторі, змінюють обсяг виробництва, отже, і обмін на місцях, фіксують внутрішні територіальні ціни і, тим самим, впливають на умови і порядок світової торгівлі. Світова інтеграція забезпечується існуванням великих олігополій і, перш за все, відносинами, які складаються між ними. Великі галузі світової економіки, такі як електроніка, електроустаткування, механіка, фармацевтика, авто-

будування розвиваються олігополістичними структурами. Такий феномен надає значну можливість для комерційного розвитку багатьом фірмам.

Дійсно, якщо кордони торгівлі не є обмеженими, сучасне підприємство, взявши участь у планетарній конкурентній системі все більш агресивній, розуміє необхідність інтернаціоналізації для забезпечення своїх конкурентних переваг. Комерційний розвиток, таким чином, мусить стати інтернаціональним і віднині охоплює як комерціалізацію, так і виробництво, за виключенням декількох специфічних сегментів.

Концентрація ринку є однією з головних тенденцій сучасної економіки. Дійсно, як уже відзначалося, підприємства знаходяться перед новими імперативами: слідувати або передбачувати прискорення технологічного прогресу, інтернаціоналізації діяльності тощо. Навіть якщо є багато відповідей на такий виклик, навіть ті, хто вибрав єдиний шлях розвитку, повинні зростати внутрішньо або зовнішньо. Однією з принципових форм економічного росту є розвиток активів. Концентрація веде, у цьому разі, до посилення ринкової влади декількох фірм, які ставлять своєю метою зростання своєї частки на ринку, тобто того, що відповідає одному з основних завдань комерційного розвитку підприємства.

Однак, концентрація не є єдиною характеристикою структури сучасних ринків. Необхідно також зазначити, що інший тип розвитку здійснюється через диверсифікацію, горизонтальну або вертикальну. З цього погляду, замість продовження пошуку розвитку в рамках існуючої діяльності, стратегія фірми полягає у розвитку нових продуктів або зайнятті позицій серед нових продуктів чи нових ринків.

Згідно І. Ансоффа, жодне підприємство не може себе вважати захищеним від старіння своїх продуктів та відмови від попиту. Тому воно мусить періодично забезпечувати процедури переглядання своєї стратегії, яка приводить до змін індустріальних та комерційних позицій. Такі зміни приводять або до експансії існуючих діяльностей (проникнення на ринок, розширення ринку та розвитку продуктів), або до диверсифікації, горизонтальної чи вертикальної. Мова йде про те, що згідно існуючої або передбачуваної ситуації підприємства на ринку, слід вибрати найбільш адаптовану форму розвитку. В результаті, ринок характеризується невеликою кількістю виробників та присутністю форм дуже великих розмірів. При цьому зростає взаємозалежність фірм внаслідок багаточисленних впливів, таких як конкуренція, диверсифікація, концентрація.

Отже, поведінка кожної фірми впливає на конкурентів, на свої філії, своїх постачальників. Зворотній вплив також слід мати на увазі. В результаті виникає характеристика розвитку підприємства: він не може реалізуватися незалежно від зовнішнього середовища. У зв'язку з цим він включає частку невизначеності, пов'язаної з неповними знаннями кожної фірми щодо проектів і реакцій своїх конкурентів, постачальників, клієнтів тощо.

Стратегія комерційного розвитку підприємства має, отже, включати постійне нацупування або інформаційну систему, які б дозволили зменшити ступінь невизначеності і непередбачуваності еволюції оточення. Цей

момент здається дуже делікатним для розвитку фірми, бо труднощі полягають, з одного боку, у знанні, як і де здійснювати «нащупування», а з іншого, — у знаходженні ефективного способу обробки отримуваної інформації. Але багатьом підприємствам важко визначити належне середовище, що зумовлює неефективне використання інформації. Деякі дослідження показали, що частка ринку може стати визначальним фактором рентабельності. Вплив інших змінних на рентабельність є не таким прямим.

Таким чином, підприємство визначає свою стратегію розвитку на основі певних пріоритетів: воно може вибрати, наприклад, у першу чергу, економічний вектор (рентабельність), або комерційний (частку ринку), знаючи, що така ціль може з часом змінюватись. При цьому феномен взаємозалежності фірм змушує кожну з них визначити свою стратегію також залежно від результатів аналізу зовнішнього оточення.

Класичний підхід формування стратегії проходить через визначення цілей фірми і засобів, за допомогою яких вона намагається їх досягти. Стратегія має враховувати, з одного боку, внутрішні фактори підприємства (силу і слабкість), другого боку — зовнішні фактори, які складаються з можливостей і загроз (економічних і технічних) сектору. Згідно М. Портера, конкурентна стратегія як підґрунтя комерційного розвитку базується на аналізі структури сектору і конкуренції. При цьому стан конкуренції сектору залежить від п'яти фундаментальних впливів [4]. Ця концепція розширює поняття конкуренції, інтегруючи всі потенційні загрози зростання.

Комерційний розвиток перетворюється на стратегічний розвиток (у класичному розумінні Продукт — Ринок — Технологія) фірми у своєму оточенні, який складається з технологічного, психосоціологічного, індустріального, комерційного, економічного та політичного контекстів.

Отже, конкурентні форми визначають інтенсивність конкуренції і рентабельність сектору. Звідси три важливих категорії стратегічного наступу мають забезпечити розвиток підприємства:

– **глобальне домінування на рівні витрат**, яке ґрунтується на кривій досвіду і економії масштабу (М. Портер). Мова йде про глобальний розвиток, який забезпечується стратегією обсягу, спрямованою на захоплення у інших підприємств частки ринку;

– **диференціація** продукту або послуги, яка спрямована на створення чогось, що сприймається як унікальне на рівні сектору. Це розвиток, який може стати глобальним, тому що створює повністю новий сегмент ринку;

– **концентрація діяльності**, яка полягає в зосередженні на групі особливих клієнтів на певному сегменті продуктової гами або на географічному ринку, тобто йдеться про комерційний розвиток, сконцентрований у специфічних сферах.

Ці три типи стратегії представляють три дуже відмінні форми розвитку підприємства. Комерційний розвиток при цьому не є унікальним. Нагадаємо, що він необов'язково співпадає з економічним розвитком. Дійсно, якщо показник обсягу обороту нерідко розглядається як важливий у комерційному плані, тому що може слугувати базою порівняння відносно конкурентів, тому що відображає певну комбінацію між ціною та обсягом

продажів, але він є набагато меншим значимим у фінансовому плані. Таким чином, згідно А. Мінк, «обсяг обороту не має ніякого економічного значення: він не відображає ні природності, ні розвитку, ні існуючого та майбутнього багатства. Єдине, що варте — це рентабельність» [5].

За своїми різноманітними формами дії конкурентних стратегій у реальності здійснюються шляхом ієрархізації елементів мікмаркетингу, особливо національних, що базуються на перших двох найбільш відомих складових: продукт — ціна; дистрибуція — комунікації. Дійсно, домінування диференціації або концентрації розкривають вибір фірми, спираючись в основному на продукт, або на ціну, або на їх єдність. Зокрема, розвиток **продуктів**, в центрі проблематики експансії або диверсифікації, нерідко є центральною віссю комерційної стратегії фірми.

Традиційно підприємство організовується навколо продукту; це сенс його існування: воно існує, для і завдяки продукту, але маркетингова логіка, однак, вносить важливі модифікації у цю первинну концепцію.

Дійсно, сучасне підприємство визначається відношенням до нього споживача. Це він визначає стратегію підприємства в залежності від того, що він хоче купити. Маркетинг вибирає продукт через пару споживач — продукт, тобто продукт залишається головним, і розвиток представляє, безсумнівно, у комерційному плані сукупність векторів розвитку підприємства. Зокрема, життєвий цикл продукту впливає на сукупність діяльності і результат діяльності підприємства. Це причина, внаслідок якої спеціалісти маркетингу аналізують різні фази життєвого циклу продукту для визначення найбільш адаптованих дій відповідно кожній з чотирьох фаз (початок, розвиток, зрілість, занепад).

Однак, великим парадоксом цієї моделі є те, що дуже важко на практиці визначити фазу, на якій знаходиться продукт, і тим більше вгадати його перехід до наступної фази. Успіх у цьому аналізі дозволяє краще керувати закінченням життєвого циклу продукту і передбачити початок іншого продукту. Ось тут знаходиться один з ключів розвитку підприємства, як вважають деякі спеціалісти з маркетингу: **інновація продуктів**. Відштовхуючись від константи, згідно якої технологічний прогрес, еволюція смаків споживачів, міжнародна конкуренція тощо, призводять до все більш швидкого скорочення життя продукту, що спричиняє імперативну необхідність постійних пошуків задля виживання нових продуктів.

Багаточисленні дослідження виявили важливість інновацій при виробництві продуктів як фактору росту підприємств і компетентності розвинутих економік. Наприклад, згідно ОБСЄ більшість американських підприємств забезпечили розвиток у 60–80 % за рахунок продуктів, які почали вироблять менш ніж 10 років тому. Недавні дослідження французького Міністерства індустрії показали, що керівники підприємств надають особливу увагу диверсифікації та ролі інновації у стратегіях розвитку. Таким чином, практики і теоретики комерційної функції вбачають у інноваціях продуктів один з ключових факторів розвитку підприємств.

Гуманітарна складова розвитку підприємства або націй все більше обговорюється як в теорії, так і на практиці. Дійсно, після сучасної економічної,

технічної та комерційної концепції розвитку з'являється розуміння необхідності врахування соціального фактора. Це нове сприйняття розвитку через центральний вектор, яким є людина, починає реалізуватися на рівні суспільства у психо-соціологічному плані.

Ф. Перрукс глибоко дослідив включення гуманітарного і соціального аспектів в проблеми розвитку як в індустріальних суспільствах, так і в країнах, що розвиваються. Однак протягом довгого часу розвиток країн, в основному, розглядався як розвиток економічний і технологічний, який розумівся у сенсі індустріалізації [6]. З цього випливає концепція, згідно якої народи неіндустріалізованих країн не були відповідно розвиненими. З цього приводу можна пригадати термінологію, яка використовувалася в XVI–XVII ст., коли говорилося про «дикунство», а також в XIX ст., коли почали використовувати «примітивізм» для визначення відставання від ходу цивілізації.

Таким чином, як підкреслює А. Турек, соціологія протягом довгого часу була еволюціоністською, бо ґрунтувалася на ідеї, згідно якої рух історії вів до більшої інструментальної і технічної раціональності [7]. Сьогодні ілюзія лінійної еволюції подолана. На зміну приходить соціологічний підхід, названий історичним або цивілізаційним, який акцентує увагу на особливостях походження кожного суспільства, на його культурі, історії тощо. Тому необхідно розрізняти, з одного боку, **спосіб виробництва**, з іншого, — **спосіб розвитку націй**. Останній ґрунтується на справжньому соціальному розвитку.

Це причина, з якої деякі автори, як Г. Рошер, вважають доцільним замінити термін розвиток на модернізацію, яка визначається так: «Це сукупність дій підприємств для орієнтації суспільства на реалізацію упорядкованого ансамблю умов колективного та індивідуального життя, який вважається бажаним відносно певних цінностей» [8].

Зв'язок між модернізацією суспільства і системою цінностей здається дійсно фундаментальним. Частина факторів культури у розвитку також здається істотною на рівні підприємства. Це також стосується мети розвитку, тобто цілей, переслідуваних у залежності від домінуючої концепції вимог конкурентних ситуацій. Отже, таке суспільство зможе вбудувати в статут фундаментальних цінностей підняття рівня життя або загальної освіти, тоді як сусіди зайняті лише трансмісією народних традицій.

Вимоги виживання, однак, тісно пов'язані з певними економічними вимогами функціонування суспільства, певними цінностями, такими як **праця**, яка диктується необхідністю. Розглянемо соціальні параметри розвитку бідних країн, тісно пов'язуючи їх з економічними труднощами, які спричиняють загальну технічну відсталість. Але цей зв'язок між економікою і суспільством у розвитку націй стосується також і розвинених країн. Дійсно, в розвинених країнах протягом останніх років деякі індустріальні рішення у багатьох секторах ставали неконкурентними і мали негативні наслідки для населення. Якщо економічний розвиток проходить шляхом індустріального переміщення, вимагаючи нових перерозподілів споживання енергії і нових підтримок їх експансії, це нерідко супроводжується

скороченням зайнятості у певних галузях, зниженням доходів, занепадом територій тощо.

Держава-патрон, або держава-покровитель, може у даному випадку втручатися в економічний і соціальний розвиток, навіть якщо результати такого втручання будуть негативними для розвитку. Держава-покровитель може, таким чином, бути носієм солідарності (справедливості) на основі постійного зменшення нерівності в усіх сферах.

Але в сучасних умовах національні політики шукають можливість відмовитися від таких державних дій. Хоча протягом довгого часу профспілки, підприємства і суспільна думка вважали, що держава легалізує і регламентує все, за допомогою чого можна уникнути зростання нерівності, сьогодні соціальні партнери вимагають від держави більш стриманих дій у соціальному розвитку.

Однак, в результаті економічного контррозвитку, який зачіпає особливо деякі сектори, деякі групи зайнятості, або деякі види діяльності, з'являється соціальний контррозвиток, що є результатом дискримінації певних секторів, регіонів, кваліфікацій тощо. Тут ми бачимо нову характеристику феномену «розвитку» і його протилежність, яку можна назвати «контррозвиток», у залежності від сфери: у складі однієї і тієї ж загальної системи (нація, підприємство тощо) можуть співіснувати сектори розвитку і сектори контррозвитку.

Розвиток як результуючий, як усереднений не існує. Можливо, в усіх випадках він може виявлятися лише у надмірно грубій реальності. Вся проблема полягає в тому, що є «добрим» показником для одиниці, щоб визначити і виміряти цей розвиток. Чи мова йде про країну, індустріальний сектор, сферу зайнятості, підприємство, людину? Одна з труднощів в оцінці розвитку полягає у точному визначенні рівня аналізу. Наприклад, в розвиненій країні можна спостерігати сектори і сфери зайнятості, всередині яких співіснують підприємства високоефективні та збанкрутілі.

Резюмуючи, нагадаємо схематично, що:

– в одній і тій же сфері (наприклад, соціальній), можуть співіснувати одиниці розвитку і одиниці контррозвитку;

– ситуація розвитку в одній сфері (наприклад, економічній), може мати наслідок контррозвитку в іншій області (наприклад, соціальній).

Список використаної літератури

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. — СПб.: Питер, 1999. — 416 с.
2. Morin J. L'excellence technologique — Paris: Publi-Union, 1985. — 139 p.
3. Cotta A. La France et l'imperatif mondial. — Paris: PUE, 1998. — 230 p.
4. Портер М. Конкуренция. — М.: Изд. Дом «Вильямс», 2006. — 608 с.
5. Minc A. L'avenir en face. — Paris: Le Seuil, 2004. — 95 p.
6. Perroux F. Pour une philosophie du nouveau developpement. — Aubier: Les Presses de l'Unescp, 2005. — 421 p.
7. Touraine A. La cociete post — industrielle. — Paris: Denod Meditations, 1969. — 345 p.
8. Rocher G. Introduction a la sociologie generale. — Paris: Editions NMH, 1998. — 282 p.

О. В. Горняк

Л. Х. Доленко

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Резюме

В статье исследованы особенности технологического, коммерческого, финансового и социального развития предприятий в условиях неопределенности экономической сферы. Предложены пути формирования стратегии предприятий, обеспечивающей выживание и развитие.

Ключевые слова: развитие, контррозвитие, технологическое развитие, коммерческое развитие, финансовое развитие, социальное развитие, тип стратегий.

O. V. Gornyak

L. H. Dolenko

Odessa I. I. Mechnikov National University

COMPANIES DEVELOPMENT PECULIARITIES IN THE ENVIRONMENTAL UNCERTAINTIES

Summary

The technological, commercial, financial and social enterprise development peculiarities under conditions of economic sphere uncertainty are investigated in this paper. The means of enterprise strategies formation, ensuring the survival and development, are proposed.

Key words: development, counter development, technological development, business development, financial development, social development, types of strategies.

УДК 334.012.64:339.944

Ду Чуньбу

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

МАЛІ І СЕРЕДНІ ПІДПРИЄМСТВА КНР: ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТА РОЛЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

В статті розглянуто передумови та протиріччя розвитку малих і середніх підприємств в економіці Китаю. Досліджена роль МСП у розвитку зовнішньоекономічної діяльності КНР.

Ключові слова: малі і середні підприємства, класифікація підприємств КНР, зовнішньоекономічна діяльність Китаю.

Феномен підприємництва привертає до себе увагу вчених вже протягом декількох століть. Дослідженням багатогранних аспектів підприємництва займалися найвизначніші вчені, які представляють різноманітні напрями світової економічної думки: А. Сміт, К. Маркс, Ж. Б. Сей, Дж. Кларк, М. Вебер, В. Зомбарт, Дж. К. Гелбрейт, Л. Мізес, Ф. Хайєк, П. Друкер, Р. Хізріч. В їх працях всебічно розкрито сутність підприємницької діяльності, її характерні особливості та форми прояву, які були притаманними становленню та розвитку капіталістичної соціально-економічної формації, — від XVI сторіччя до середини XX-го.

Починаючи із кінця 80-х років XX-го ст. спостерігається значне зростання уваги дослідників різних країн до стану підприємництва та особливостей його розвитку. Питання щодо малого та середнього підприємництва є темою досліджень багатьох сучасних українських та іноземних вчених, зокрема Д. Бабиць, О. Білоуса, Н. Бондаря, Л. Буряка, З. Варналія, В. Сизоненка, Л. Дмитриченко, Ю. Макогона, А. Чухно, Ф. Кауфман, Г. Рексродта, Я. Стеча, Д. Уілсона, Р. Хельма, Д. Альдонаса, С. Хаймера, С. Солтеса та інших.

Посилення уваги світової економічної думки до підприємницької діяльності пояснюється декількома чинниками, які здебільшого обумовлені тим станом, в якому в цей час знаходилася світова економіка. Перша група країн, до якої входили індустріально розвинуті країни, стала перед необхідністю вирішувати питання розвитку технологічної бази економіки на основі впровадження результатів чергового етапу науково-технічної революції. Саме в цей час широкого інноваційний малий та середній бізнес. Правлячі кола другої групи країн, яка складалася переважним чином з країн, що розвиваються, вбачали в розвитку малого підприємництва дієвий чинник подолання бідності та проведення індустріалізації. В третю групу входили колишні соціалістичні країни, котрі приступили до побудови нової моделі економіки, основаної на ринкових засадах.

За таких умов для всіх трьох групи країн надзвичайної актуальності набуло дослідження можливостей підприємництва в вирішенні проблем, які постали перед ними. Слід зауважити, що до зазначених специфічних чинників актуальності додався і один загальний, пов'язаний із необхідністю реагувати на загальносвітові виклики, обумовлені глобалізаційними тенденціями, які в цей період почали швидко розвиватися.

Загальноприйнятою є точка зору на мале і середнє підприємництво як на важливий чинник забезпечення зайнятості населення (особливо в кризові періоди), зростання національного доходу та збільшення бази оподаткування. Зокрема, в 1-й статті Закону КНР «Про підтримку малих та середніх підприємств», прийнятого 29 червня 2002 р. зазначено, що він спрямований «на покращення умов діяльності малих та середніх підприємств, підтримку значного розвитку малих та середніх підприємств, зростання зайнятості в містах та сільській місцевості та на забезпечення суттєвого впливу малих та середніх підприємств на соціально-економічний розвиток країни».

Метою даної статті є дослідження умов формування та розвитку малих та середніх підприємств в КНР та їх роль в інтенсифікації зовнішньоекономічного розвитку китайської економіки.

Сучасні успіхи КНР в соціально-економічному розвитку обумовлені здійсненням ефективних реформ в усіх сферах життя та проведенням політики відкритості КНР зовнішньому світу. Фундамент цього нового курсу був закладений в кінці 80-х років ХХ-го ст. На думку колишнього державного секретаря США Генрі Кісінджера, великі успіхи, які були досягнуті КНР за такий короткий період, мають своїм джерелом далекоглядність керівництва та діяльність китайського народу, а модель розвитку, що її запропонував Китай, має велике значення для всього світу [1]. Основні результати політики реформ та відкритості (до початку всесвітньої економічної кризи 2008–2009 рр.) є наступними.

По-перше, досягнуто надзвичайно високих темпів економічного розвитку протягом достатньо довгого історичного періоду, який перевищує рамки активного життя одного покоління. З 1978 р. по 2007 р. середньорічні темпи економічного зростання становили 9,8 %, що більш ніж втричі перевищує темпи зростання за цей період світової економіки. Як наслідок, китайська економіка в 2007 р. піднялася із 10-го місця в світі на 4-е. Китай випереджали лише США, Японія і ФРН. У доларовому обчисленні обсяг ВВП в Китаї становив 23 % від ВВП США, 74,9 % від ВВП Японії, та 99,5 % від ВВП ФРН. У розрахунку на одну особу ВВП зріс майже в 11 разів. Частка Китаю у світовому ВВП зросла із 1,8 % до 6 %. За багатьма показниками виробництва продукції КНР займає перше місце в світі (табл. 1). Складено автором за [2]. Цифри в дужках — кількість країн, які враховуються в рейтингу.

По-друге, обсяг зовнішньоторгового товарного обороту зріс із 20,6 млрд дол. США в 1978 р. до 2,173 трлн в 2007 р., або в 105 разів. Це дозволило КНР вийти на третю позицію в світовій торгівлі, а за обсягом золотовалютних ресурсів, які в 2008 р. досягли близько 2 трлн дол., — на 1 місце в світі.

По-третє, територія КНР перетворилася на місце розміщення виробничих потужностей не лише китайських компаній, але й відомих транснаціональних компаній, продукція яких продається по всьому світу. Швидкими темпами розвиваються такі високотехнологічні та наукоємні галузі, як електроніка, біотехнологія, виробництво нових матеріалів, фармацевтика, ядерна енергетика, обчислювальна техніка.

Таблиця 1

Місце КНР в світовій економіці

Показники	1978 р.	2007 р.
ВВП	10	4
ВВП на душу населення	175 (188)	132 (209)
Зовнішньоторговельний оборот	27	3
Сталь	5	1
Вугілля	3	1
Нафта	8	5
Електроенергія	7	2
Цемент	4	1
Зерно	2	1
М'ясо	3	1

По-четверте, динамічний соціально-економічний розвиток КНР призвів до суттєвого зростання рівня життя населення країни. Середньодушові доходи міських сімей, які залишалися в їх розпорядженні, за період з 1978 р. по 2007 р. в середньому в рік зростали на 7,2 %, а чистий дохід на душу сільського населення — на 7,1 %. Про зростання рівня життя переконливо свідчить динаміка коефіцієнта Енгеля (частки витрат на харчування в загальних споживчих витратах населення), який в 1978 р. складав 57,5 % (для міських мешканців) і 67,75 % (для сільських мешканців). В 2006 р. він суттєво зменшився і становив 37,7 % і 47,2 % відповідно [3].

По-п'яте, в КНР на практиці була успішно реалізована концепція соціалістичної ринкової економіки, відбулися масштабні зміни інституціонального характеру. Розвиток волосно-селищних підприємств дозволив зайняти виробничою працею більш ніж 100 млн сільських мешканців та наситити ринок товарами. Відбулося реформування державних підприємств, за рахунок чого зросла їх самостійність та ефективність як суб'єктів ринкової економіки. Це призвело до розвитку конкурентного середовища. Позитивно на розвиток сучасних технологій вплинуло і залучення іноземного капіталу

По-шосте, суттєво зросло значення ринкового механізму ціноутворення, що призвело до того, що в сфері державного регулювання залишилися лише відсоткові ставки, тарифи на електроенергію і воду, ціни на нафтопродукти та комунальні послуги. Інші ціни регулюються ринком, а держава втручається в ціноутворення лише у випадку виникнення загрози значної інфляції, і лише в якості тимчасового заходу.

По-сьоме, відбулося часткове формування ринку факторів виробництва, включаючи ринки праці, капіталу, технологій, інформації. Меншою мірою сфера його впливу розповсюджується на землю та фінансові ресурси.

По-восьме, кардинальні зміни відбулися у сфері макроекономічного регулювання. Директивне планування було замінено індикативним та програмуванням. Держава, головним чином, застосовує такі засоби макроекономічного регулювання, як фіскальна та монетарна політика.

По-дев'яте, поряд із розподілом доходів за працею діє розподіл доходів і за іншими факторами виробництва, в тому числі, і за капіталом.

Показовим для характеристики успіхів соціально-економічних перетворень є те, що влада КНР успішно впоралася із впливом світової фінансово-економічної кризи 2007–2009 рр., про що свідчать дані табл. 2.

Таблиця 2

Особливості розвитку економіки КНР під час світової фінансово-економічної кризи 2007–2009 рр.

	Показники	2007	2008	2009	2010
1	ВВП за паритетом купівельної спроможності (млн. дол.)	5 554 186	6 188 884	6 785 872	7 518 716
2	ВВП на душу населення (дол.)	2 644	3 403	3 738	4 382
3	ВВП, темпи росту (%)	14,2	9,6	9,2	10,3
4	Імпорт (%)	8	3,8	3,8	17,7
5	Експорт (%)	18,1	8,5	-10,3	34,5
6	Безробіття (%)	4,0	4,2	4,3	4,1
7	Валовий внутрішній борг уряду (% від ВВП)	19,6	16,9	17,7	17,7
8	Профіцит поточного балансу (% від ВВП)	10,6	9,7	5,9	5,2

Складено автором за даними МВФ [2].

Проте, незважаючи на успішні результати, досягнуті КНР протягом тридцятирічної політики реформ та відкритості, економіка країни в даний час стикається з певними труднощами. На одному із перших місць знаходиться проблема нераціональної структури економіки та тісно пов'язана із нею так звана «пастка середнього рівня доходів». Її сутність полягає в тому, що країна, економіка якої протягом достатньо довгого часу розвивалася високими темпами і рівень доходів населення якої досягає рівня доходів розвинутих країн, стикається з чисельними проблемами підтримання сталих темпів економічного зростання. Зразком є країни Латинської Америки, в котрих в 70-ті роки минулого століття вже зростав середній рівень доходів населення, проте аж до 2007 р. середньодушовий ВВП цих держав все ще коливався в районі від 3500 до 6000 дол. США. За підрахунками фахівців [4], КНР вже найближчими роками може потрапити в «пастку середнього рівня доходів», що призведе до зниження щорічних темпів зростання економіки протягом 2021–2030 рр. до 5,0–6,2 %.

Потребує суттєвих змін структура національної економіки, яка характеризується надзвичайно високою часткою зайнятих в сільському господарстві — 39,5 %, в промисловості — 27,2 % і в сфері послуг [5]. Відсталість структури китайської економіки підтверджується і її аналізом з позиції трьохсекторного підходу, згідно з яким до первинного сектору відносять сільське та лісове господарство і рибальство, до вторинного —

добувну і обробну промисловість, будівництво, виробництво і постачання енергоносіїв, до третинного — всі інші. В 2008 р. із загальної кількості зайнятих у первинному та третинному секторі (356 млн. працівників), на частку вторинного припадало 48 %, а третинного — відповідно 52 % [6]. Слід зазначити, що з часу першого обстеження економіки КНР, яке відбулося в 2004 р. структура зайнятих дещо поліпшилася, — в 2004 р. частки третинного та вторинного секторів були приблизно однаковими, з невеликою перевагою на боці вторинного сектора — 50,07 % [7]. Проте таке поліпшення неможливо признати задовільним з точки зору можливостей зовнішньоекономічної діяльності малих та середніх підприємств протидіяти «пастці середнього рівня доходів», оскільки структурні проблеми економіки безпосередньо впливають на конкурентоспроможність експорту.

У китайському експорті головне місце займає готова продукція з високим рівнем трудомісткості. Але така експортна продукція з її структурою витрат в умовах економічної глобалізації зіткнеться з серйозною конкуренцією з боку все більшого числа країн, що виходять на міжнародний ринок і мають нижчу собівартість продукції.

Протистояти цій тенденції влада КНР може за рахунок використання низки чинників, в тому числі, і зовнішньоекономічної діяльності малих та середніх підприємств. Проте вона має отримати якісно нове наповнення, — має відбутися перехід від експорту переважно трудомістких товарів до експорту товарів, які є результатом використання науково-технічного прогресу. Це, поряд із зростанням кваліфікації робітників та широким розповсюдженням інновацій, дасть можливість, за думкою китайських вчених, оминати «пастку середнього рівня доходів» [8].

Суттєву роль у вирішенні актуальних проблем китайської економіки здатна відіграти зовнішньоекономічна діяльність малих та середніх підприємств КНР. Згідно із діючим законодавством в КНР існує наступна класифікація підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Критерії класифікації підприємств КНР за сектором економіки

Вид економічної діяльності/ Тип підприємства	Критерії віднесення до певного типу		
	Працівники (чол.)	Щорічний дохід (млн юаней)	Активи (млн юаней)
Промисловість			
Малі підприємства	< 300	< 30	< 40
Середні підприємства	300–2000	30–300	40–400
Великі підприємства	> 2000	> 300	> 400
Будівництво			
Малі підприємства	< 600	< 30	< 40
Середні підприємства	600–3000	30–300	40–400
Великі підприємства	> 3000	> 300	> 400
Торгівля (роздрібна)			
Малі підприємства	< 100	< 10	
Середні підприємства	100–500	10–150	
Великі підприємства	> 500	> 150	
Транспорт			

Закінчення табл. 1

Вид економічної діяльності/ Тип підприємства	Критерії віднесення до певного типу		
	Працівники (чол.)	Щорічний дохід (млн. юаней)	Активи (млн. юаней)
Малі підприємства	< 500	< 30	
Середні підприємства	500–3000	30–300	
Великі підприємства	> 3000	> 300	
Готельний та ресторанний бізнес			
Малі підприємства	< 400	< 30	
Середні підприємства	400–800	30–150	
Великі підприємства	> 800	> 150	

Складено автором за [9].

В даний час в КНР зареєстровано понад 42 млн малих та середніх підприємств, включаючи індивідуальні промислові та комерційні господарства. Вони складають 99 % від всієї кількості підприємств, 60 % ВВП, 75 % зайнятості міських мешканців. Частка малих та середніх підприємств в експорті трудомістких товарів, — таких як одяг, текстильні вироби, іграшки, взуття, — складає понад 90 % загального експорту [10].

Слід зазначити, що критерії малого та середнього підприємництва не є сталими, вони періодично змінювалися. На початку 1990-х рр. Держрада КНР затвердила «Критерії розмежування великих, середніх і малих підприємств в промисловості» стосовно різних галузей, засновані або на річних обсягах виробництва (у переважній більшості випадків), або на первинній вартості основних фондів. Наприклад, до малих були віднесені металургійні підприємства з виправкою менше 100 тис. тонн сталі і шахтоуправління із добуванням менше 900 тис. тонн вугілля на рік, до середніх — відповідно підприємства з виправкою менше 600 тис. тонн сталі і добуванням менше 3 млн тонн вугілля. Відповідні критерії були прийняті і для будівельних організацій.

Швидке зростання малого та середнього підприємництва в Китаї в роки реформ було породжене, по-перше, держбюджетною підтримкою, яка, проявляючись лише в непрямій формі — у вигляді часткового фінансування центрів перепідготовки звільнених робітників і податкового пільг для тих, хто бажав відкрити свій бізнес; по-друге, важливу роль відіграло швидке формування ринкового середовища, зняття заборони на недержавні форми господарювання, гостра дефіцитність споживчого ринку, що дозволило використовувати інвестований капітал із великою нормою прибутковості.

Суспільно-політичний і юридичний статус дрібних і малих підприємств різних форм власності був закріплений в цілій серії нормативно-правових документів. Це, зокрема, «Тимчасове положення про оренду дрібних промислових підприємств загальнонародної власності» (прийнято в 1988 р., переглянуто в 1990 р.), «Тимчасове положення про управління індивідуальною промисловістю і торгівлею» (1987 р.), «Тимчасове положення про приватні підприємства» (1988 р.), «Положення про підприємства колективної власності міст і селищ» (1991 р.), «Тимчасове положення про селян-

ські пайові кооперативні підприємства» (прийнято в 1990 р. Міністерством сільського господарства).

Крім того, Постійний комітет Всекитайських зборів народних представників в 1996 р. ухвалив Закон КНР про волосні і селищні підприємства, а в 1999 р. — Закон КНР про підприємства, засновані на індивідуальних інвестиціях. На мале підприємництво поширюється також дія загальних податкових положень і Закону КНР про компанії (1993 р.). У 1999 р. в Конституцію КНР була внесена поправка, відповідно до якої приватний і індивідуальний сектори були визнані «важливою складовою частиною соціалістичної ринкової економіки».

Криза перевиробництва, яка з особливою силою проявилася в Китаї в 1997–1998 рр., ознаменувала, серед іншого, і завершення етапу переважно стихійного розвитку малого підприємництва в країні. В даний час особливої гостроти набуває проблема пошуку форм вибіркової підтримки малих і середніх підприємств, що враховують як вимоги структурної перебудови економіки (в т. ч. стримування і навіть скорочення виробництва вугілля, цементу, цукру, багатьох традиційних виробів побутового споживання) і підвищення її загальної міжнародної конкурентоспроможності, так і необхідність вирішення проблеми зайнятості і забезпечення громадської стабільності. Уряд країни вирішує завдання не лише простого збереження стихійного розвитку малого підприємництва, але й забезпечення його органічного включення до процесу модернізації народного господарства, перетворення малих і середніх підприємств на конкурентоздатну частину сучасної економіки країни.

Значним кроком в цьому напрямі стали прийняті в липні 2000 р. Держкомітетом КНР по економіці і торгівлі «Директиви про політику заохочення і стимулювання розвитку малих і середніх підприємств», в як, вперше за всю історію КНР, чітко визначені типи малих підприємств, які користуватимуться державною підтримкою. Це, зокрема, підприємства побутового обслуговування, по переробці сільгосппродукції, експортноорієнтовані, що забезпечують високий рівень зайнятості і комплексне використання природних ресурсів, а також інноваційні науково-технічні підприємства. Одночасно було задекларовано намір припинити діяльність технічно відсталих підприємств, і таких, що виробляють неякісну або застарілу продукцію, не відповідають вимогам екології і техніки безпеки.

Ще одним важливим кроком по забезпеченню ефективного малого бізнесу стало ухвалення в 2002 р. Закону КНР про підтримку малих і середніх підприємств [10]. Як показало обговорення його проекту на спеціальній конференції в Тяньцзині у вересні 2000 р., при підготовці цього Закону Китай, як ніколи раніше, широко використовував відповідний досвід розвинених країн (передусім Німеччині, США, Японії).

Ці та інші заходи дали змогу суттєво підняти значення малих і середніх підприємств у вирішенні актуальних проблем соціально-економічного розвитку КНР. Певну роль в цьому процесі відіграє і зовнішньоекономічне співробітництво КНР та України. Між Україною та Китайською Народною Республікою відповідно до Статті 2 Угоди про торговельно-економічне

співробітництво, що підписана та набула чинності у 1992 р., діє режим найбільшого сприяння в усіх галузях торговельно-економічного співробітництва.

Отже, аналіз розвитку МСП в КНР та їх ролі у зовнішньоекономічній діяльності дозволяє виявити наступне.

В основі визначення пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності малих та середніх підприємств КНР на світових ринках взагалі, і на ринку України зокрема, знаходяться особливості соціально-економічного розвитку країни-походження. В КНР до таких особливостей відносяться, по-перше, успішні результати більш ніж 30-річної політики реформ та відкритості, яка проводиться в країні після 3-го Пленуму ЦК КПК 11-го скликання (1978 р.), і по-друге, цілі, які стоять перед країною на сучасному етапі її розвитку.

Одна із головних проблем, яка постала перед китайським суспільством останніми роками, пов'язана із необхідністю як перебудувати нераціональну структуру економіки, так і оминати тісно пов'язану із нею «пастку середнього рівня доходів». Вирішити цю проблему влада КНР може за рахунок використання низки чинників, в тому числі, і зовнішньоекономічної діяльності малих та середніх підприємств. Проте вона має отримати якісно нове наповнення за рахунок переходу від експорту переважно трудомістких товарів до експорту товарів, які є результатом використання науково-технічного прогресу.

Список використаної літератури

1. Kissinger H. China's accomplishments «unbelievable»: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.chinaview.cn 2009.10.05 00:13:44 http://news.xinhuanet.com/english/2009-10/05/content_12181703.htm
2. IMF World Economic Outlook Database: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [%2CNGDPDPC">%2CPPPC">%2CTM_RPCH">%2CTX_RPCH">%2CLUR">%2CGGXWDG_NGDP">%2CBCA_NGDPD&grp=0&a=&pr1.x=82&pr1.y=10](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/weodata/weorept.aspx?sy=2007&ey=2010&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=924&s=NGDP_RPCH)
3. Среднедушевые доходы и коэффициент Энгеля в потреблении у городского и сельского населения. — 2006.05.26: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://russia.mofcom.gov.cn/aarticle/chinanews/capital/200605/20060502294753.html>
4. Barry Eichengreen, Donghyun Park, and Kwanho Shin. When Fast Growing Economies Slow Down: International Evidence and Implications for China: [Електронний ресурс]. — NBER Working Paper No. 16919 March 2011. — Режим доступу: <http://www.nber.org/papers/w16919.pdf>
5. CIA. The World Factbook. China: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>
6. Communiqué on Major Data of the Second National Economic Census (No.1) National Bureau of Statistics of China 2009.12.25: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.stats.gov.cn/english/newsandcomingevents/t20091225_402610168.htm
7. Communiqué on Major Data of the First National Economic Census (No.1) National Bureau of Statistics of China. — 2005. — December 6: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.stats.gov.cn/was40/gjtj_en_detail.jsp?channelid=4920&record=32
8. Лю Фансе, Ли Чжэньмин Китай сможет преодолеть «ловушку средних доходов // Женьминь жибао онлайн. — 06.09.2010: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://russian.people.com.cn/95181/7131138.html>

9. The Interim Categorizing Criteria on Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) — 2007.05.16: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sme.gov.cn/web/assembly/action/browsePage.do?channelID=1085219651116&contentID=1179226021020>
10. Small and Medium-sized Enterprise (SME) Promotion Law of the People's Republic of China. — 2007.05.16: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sme.gov.cn/web/assembly/action/browsePage.do?channelID=1085219651116&contentID=1179226021071>

Ду Чуньбу

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

**МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КНР: ПРЕДПОСЫЛКИ
РАЗВИТИЯ И РОЛЬ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Резюме

В статье рассмотрены предпосылки и противоречия развития малых и средних предприятий в экономике Китая. Исследована роль МСП в развитии современной внешнеэкономической деятельности КНР.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, классификация предприятий КНР, внешнеэкономическая деятельность Китая.

Du Chunbu

Odessa National I. I. Mechnikov University

**SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF CHINA: PRE-CONDITIONS
OF DEVELOPMENT AND THE ROLE OF FOREIGN ECONOMIC
ACTIVITY**

Summary

The article considers the pre-conditions and contradictions of the development of small and medium enterprises in the Chinese economy. The role of SMEs in the development of modern China's foreign trade.

Key words: small and medium enterprises, classification of enterprises of China, foreign economic activity of China.

УДК 631.145:338.1

М. М. Гоголь

Одеський державний аграрний університет

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ПРИ АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ НА ВЕРТИКАЛЬНО-ІНТЕГРОВАНІХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглядається використання методології управління проектами при введенні інноваційної системи управлінського обліку на вертикально-інтегрованих підприємствах. Обґрунтовано методи проектного підходу, що дозволяють якісно, поетапно реалізувати даний проект. Визначені базові можливості управління проектом на вертикально-інтегрованих підприємствах.

Ключові слова: управлінський облік, вертикальна інтеграція, управління проектами, ринкова економіка, проектний підхід, система обмежень.

Всі розвинуті країни світу не можуть чітко функціонувати без якісної, дієвої системи менеджменту. На сьогоднішній день широкого розвитку набула особлива сфера менеджменту — управління проектами, використання якої дає очікувані і відповідні результати. Крупні корпорації більшості зарубіжних країн у різних сферах використовують методологію управління проектами, в нашій країні ще й досі до даних стандартів ставляться насторожено, часто не розуміючи або плутаючи їх зі складанням бізнес-планів.

Останніми роками суттєво зросла увага вітчизняних науковців до використання методології управління проектами Г. С. Ратушняк і О. Г. Ратушняк детально розглянули загальні положення про управління проектами та методи моделювання можливих ризиків в управлінні проектами. Окремим аспектам методів управління проектами організаційного розвитку присвятили свої праці І. А. Баранюк, Г. В. Старченко, П. В. Каюк, І. В. Меркушева, Н. Ю. Тесля та багато інших.

Метою даної статті є теоретичне обґрунтування використання методології управління проектами при удосконаленні системи управлінського обліку на вертикально-інтегрованих підприємствах.

Щоб краще зрозуміти методологію управління проектом, розглянемо окремо визначення проекту. Отже, проект — це тимчасовий захід, що включає сукупність процесів, скоординованих системою дій з метою отримання певного результату. Як приклад проекту, ми можемо зазначити розробку будь-якої нової продукції, введення нового програмного забезпечення на підприємстві, вдосконалення системи управлінського обліку, побудову переробного комплексу і ін.

Сутність методології управління — у вивченні даного процесу, регулюванні змін першочергового стану проекту, управлінні виконуваних дій для реалізації цілей проекту. Цілі проекту — це не лише кінцеві результати, а й, в більшості випадків, обрані шляхи досягнення цих результатів (нові технології, інноваційний інструментарій тощо).

В Україні зацікавленість методологією управління проектами зростає в 2000-х роках, коли в США спеціалісти даної галузі вже високо цінуються (посідають третє місце за обсягами заробітної плати) і мають можливості виявляти нові тенденції розвитку проектів. На сьогодні ще й досі є дискусійним конкретизація визначення методології управління проектами, але проаналізувавши усі існуючі підходи до даного визначення, можна зробити висновок, що управління проектом — це організація, планування, контроль виконання та аналіз виконуваних дій, для задоволення цілей проекту в межах встановлених критеріїв: часу, витрат та якості [1].

Управління проектами, як і будь-яке інше управління, є дуже складним видом діяльності, що включає в себе стратегію і тактику та функціонує за принципом системності. Управління проектами як системи складається з двох підсистем — керованої (об'єкт управління) та керуючої (суб'єкт управління) [4].

Розглянемо підприємство як окрему складну й відкриту систему, котра на вході бере елементи зовнішнього середовища і перетворює їх на відповідні вихідні елементи. При цьому зміни під час втілення проекту на вході потягнуть за собою й коригування вихідних задач, й навпаки. Наприклад, збільшення обсягів виробництва за той же проміжок часу передбачає зростання фінансових і інших ресурсних витрат. Отже, для економічно ефективного функціонування підприємство повинно підтримувати збалансовані взаємовідносини на вході й виході з зовнішнім середовищем. Наприклад, введення удосконаленої системи управлінського обліку неодмінно потягне зміни як загальної структури управління, так і окремих ланок.

Ринкова економіка змушує всі організаційні структури країни підпорядковувати свій фінансовий добробут лише спеціалістам даної сфери діяльності, а всі вище зазначені професіонали намагаються зменшити витрати і при цьому збільшити прибутки. Для цього використовуються різні системи обмежень та ресурсозберігаючі технології. Проект також обов'язково містить свою систему обмежень, найчастіше це три головних обмеження, так званий «залізний трикутник»: — зміст проекту, часу і вартості. Але все частіше з'являється й четверте обмеження — якість (quality). В цілому система обмежень визначається сукупністю проектних можливостей [2, с. 34].

Крім того, обмеження, пов'язані з зазначеними в проекті ресурсами, котрі можна направити на вирішення планових завдань, також можна розглядати як фіксоване обмеження.

Базовими можливостями управління проектом є:

- управління інтеграційним процесом в проекті (фіксування документів по проекту, моніторинг й управління змінами проекту);
- управління змістом проекту (структура проекту за етапами);
- управління строками проекту (розклад проекту: графічно й письмово, визначення складу робіт і ін.);
- управління ресурсами проекту (планування усіх видів ресурсів, системи нарахування оплати праці і ін.);

– управління вартістю проекту (складання бюджету проекту, розрахунки ефективності, фіксування ресурсних витрат (матеріали), врахування можливих додаткових витрат);

– управління інформаційно-комунікаційними можливостями проекту (забезпечення усіх рівнів проекту необхідною інформацією, розмежування повноважень між учасниками проекту, фіксування звітів з виконання відповідних задач).

Отже, ми бачимо, що навіть вірно спланований проект не має можливості функціонування без злагодженої системи управління, бо саме вона формує і реалізовує проект, враховуючи усі ризики, та розглядає кожну ланку управління проектом і як окремий елемент, і як складові важелі цілісної системи.

Для реалізації проекту потрібно деталізувати даний процес, поетапно визначити шлях досягнення цілей проекту, структурувати виконання етапів за пріоритетами відносно поставлених задач. Структурно реалізацію проекту зображено на рис. 1.

Саме якість проектів розвитку визначає здатність територій і корпорацій конкурувати за майбутнє.

Проектний підхід припускає оцінку ефективності інвестицій в об'єкт (проект) шляхом побудови його фінансової моделі з розрахунком інтегральних показників ефективності інвестицій.

Методи проектного підходу дозволяють:

- обґрунтувати доцільність інвестицій;
- розробити оптимальну схему фінансування;
- скласти план робіт, що включає терміни виконання робіт, споживання ресурсів, необхідні витрати;
- оптимально організувати виконання робіт і взаємодію учасників проекту;
- здійснювати аналіз і управління проектними ризиками;
- аналізувати відхилення фактичного ходу виконання робіт від запланованого і прогнозувати наслідки виникаючих відхилень;
- моделювати дії, що коректують, на моделях проектів і ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення;
- вести архіви проектів і аналізувати досвід їх реалізації, який використовується в інших проектах.

Проектний підхід дозволяє враховувати вплив проектів на регіональні ресурси і бізнес за рахунок структуризації внутрішнього і зовнішнього середовища проекту. Звідси виникає система взаємозалежних цілей, які виступають умовами досягнення загальної мети. Крім впровадження проектного підходу, необхідні і інші не менш значущі процедури. Це підготовка методичного забезпечення бізнес-планування — моделювання (калькуляційні моделі і моделі бізнесу), розробка критеріїв ефективності і нормативів ефективності, постановка системи управлінського обліку; ведення консолідованого обліку учасниками інтегрованої структури, що приведе до зниження операційного циклу і фінансової стабілізації бізнесу.

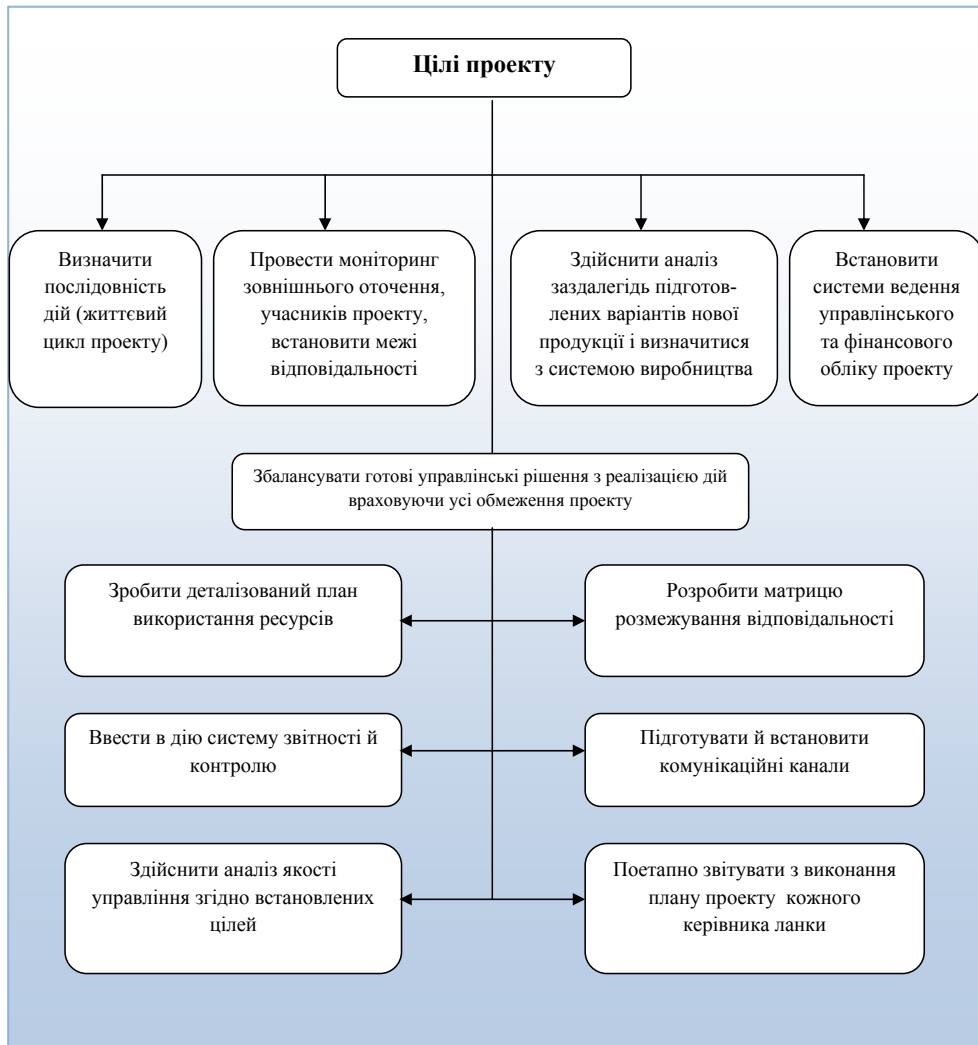


Рис. 1. Етапи реалізації проекту з використанням підходу методології управління

Успіх будь-якого проекту, в значній мірі, залежить від чіткої та детальної спланованості його реалізації, вірності принципів і наявності необхідних ресурсів.

На наш погляд, у вертикально-інтегрованих компаніях за допомогою проектного підходу можна впровадити та розвивати інноваційну систему управлінського обліку. Комплексність, командність, динамічність, плановість, ритмічність — саме така направленість при формуванні та розвитку даної системи забезпечить економічно ефективне його функціонування.

Визначаючи конкурентні переваги Одеського регіону, розподіляючи райони відповідно тотожності природно-економічних умов — доцільно використовувати лише корисну, оперативну та своєчасну інформацію. В цілому

у вертикально-інтегрованих підприємствах створюється єдиний інформаційний центр, котрий отримує, обробляє, контролює достовірність та відповідає за надання і використання інформації.

Проведений нами аналіз свідчить, що на основі впровадження проектного підходу щодо створення та ведення системи управлінського обліку на вертикально-інтегрованих підприємствах сформується можливість здійснювати загальний оперативний контроль процесів виробництва, переробки та реалізації продукції. Завдяки гнучкості і прогнозованості системи управлінського обліку до індивідуальних особливостей організації відстежуються недоліки чи планові невідповідності певних процесів, й використовуючи принцип проектування — динамічності, здійснюється коригування.

Список використаної літератури

1. Адизес І. Управление жизненным циклом корпорации / И. Адизес ; Пер. с англ. под науч. ред. А. Г. Сеферяна. — СПб.: Питер, 2007. — 384 с.
2. Бурков В. Н. Механизмы управления проектами и программами регионального и отраслевого развития : Монография/В. Н. Бурков, В. С. Блинов, А. М. Ввозный, К. В. Кошкин, А. Н. Шамрай и др. — Николаев: НУК, 2010. — 169 с.
3. Руденко В. В. О разработке методики экспресс-анализа эффективности формирования вертикально интегрированных финансово-промышленных структур / В. В. Руденко, М. А. Денисенко // Менеджмент в России и за рубежом. — 2001. — № 3. — С. 15–18.
4. Ратушняк Г. С. Управління проектами енергозбереження шляхом термореновації будівель : навч. посіб. / Ратушняк Г. С., Ратушняк О. Г. — Вінниця: ВНТУ, 2006. — 106 с.

М. М. Гоголь

Одесский государственный аграрный университет

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ
ПРИ АДАПТАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА
НА ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Резюме

Рассматривается использование методологии управления проектами при введении инновационной системы управленческого учёта на вертикально-интегрированных предприятиях. Обоснованы методы проектного подхода, которые позволяют качественно, поэтапно реализовать данный проект. Определены базовые возможности управления проектом на вертикально-интегрированных предприятиях.

Ключевые слова: управленческий учёт, вертикальная интеграция, управление проектами, рыночная экономика, проектный подход, система ограничений.

M. M. Gogol

Odessa State Environmental University

**USING OF MANAGEMENT METHODOLOGY BY PROJECTS DURING
ADAPTATION OF THE SYSTEM OF ADMINISTRATIVE ACCOUNT ON
VERTICALLY-INTEGRATED ENTERPRISES**

Summary

The using of management methodology is examined by projects at introduction of the innovative system of administrative account on vertically-integrated enterprises. The methods of project approach, that allow quality, are certain, stage-by-stage to realize this project. The base possibilities of management are certain by a project on vertically-integrated enterprises.

Key words: administrative account, vertical integration, management by projects, market economy, project approach, system of limitations.

УДК 339.972

Ю. Л. Грінченко

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ПРОБЛЕМА ОПТИМАЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ КООРДИНАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ

У статті розглядаються принципи та методи міжнародного співробітництва в сфері координації національних економічних політик. Найбільшого прогресу в цій сфері було досягнуто в Європейському Союзі, а особливо в межах економічного та валютного союзу (зони євро). Але економічна криза, яка переросла у боргову, поставила питання щодо ефективності подібної координації. Зона оптимальних рішень в сфері міжнародного економічного співробітництва залежить від компромісу щодо цілей економічної політики та наявності відповідної інституційної інфраструктури для впровадження координації та її оптимізації.

Ключові слова: макроекономічна політика, валютно-фінансова політика, бюджетна політика, економічний та валютний союз, міжнародна економічна координація, принцип оптимальності, рівновага Неша.

Підвищення темпів інтернаціоналізації світової економіки протягом 1990–2000-х років, динамічний розвиток світових ринків поставили питання щодо координації національних економічних політик на глобальному рівні. Але глобальна економічна криза, що розпочалася у 2008 році, виявила неспроможність ключових економік світу розробити скоординований план антикризових заходів або просто узгодити національні економічні політики. Жорстка боргова криза, що проявилася насамперед серед країн Європейського Союзу, стала свідченням відсутності ефективного механізму координації бюджетної та монетарної політики навіть в умовах тісної політико-економічної інтеграції. Зона євро, у межах якої монетарна політика впроваджується наднаціональним органом, а саме Європейським Центральним банком, стала прикладом неефективної координації між урядами країн-членів щодо економічної політики [1, с. 27]. Замість того, щоб стати зразком міжнародної співпраці, зона євро розглядається майже як одна з головних причин розгортання боргової кризи.

Глибока економічна криза продемонструвала суттєві розбіжності щодо принципів та інструментів здійснення національної економічної політики. Стала очевидною відсутність належної інституційної структури, за допомогою якої країни могли б здійснювати координацію бюджетної та монетарної політики. До того ж в кризу економічні інтереси країн вступили у конфлікт, але в умовах інтернаціоналізації світового господарства, що обумовлює високий ступінь залежності національних економік одна від одної, вирішення цього конфлікту полягає саме у спільних діях в сфері макроекономічного регулювання [2, с. 4]. Застосування принципів теорії оптимізації дозволяє розробити основні підходи щодо подібної координації.

За відсутністю інституцій, які б могли взяти повноваження по координації національних політик, концепція рівноваги може слугувати наріжним каменем міжнародної системи координації макроекономічних політик.

Проблематиці міжнародної координації в сфері макроекономічної політики присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема І. В. Бураковського, С. Г. Веселовського, С. Д. Годуна, Р. О. Заблоцької, В. В. Копійки, В. Ю. Крушинського, Д. А. Лук'яненка, З. О. Луцишин, А. С. Філіпенка, М. Аглієтти, П. Артюса, С. Ейффінгера, Л. Смагі, Ж. Тронтьона, Я. Де Хаана, Д. Шмідтхена.

Мета статті полягає у визначенні умов ефективної координації національних економічних політик на основі принципів оптимізації та рівноваги. Розуміння взаємозалежності, спільності та розбіжності цілей стає основою для розробки дієвого механізму прийняття та реалізації рішень щодо координації національних політик. В залежності від умов та цілей макроекономічного регулювання такий механізм може бути гнучким або жорстким, що суттєво впливає на зміст національної економічної політики.

З економічної точки зору, інституціональна структура ЄС повинна, перш за все, забезпечувати високий рівень координації між національними політиками країн союзу. Це пов'язано з тим, що інакше вигоди від інтеграції будуть меншими, а втрати — вищими. Але постає питання, яким саме повинен бути рівень координації. Безумовно, структура національних економік європейських країн є неоднаковою, національні уряди по-різному використовують інструменти економічних політик, поведінка економічних агентів різних країн також має свої відмінності. Процес конвергенції так і не було завершено.

В умовах економічного та валютного союзу відбулася централізація монетарної політики, яку тепер незалежно від будь-якого іншого органу проводить Європейський Центральний Банк. Цілі ЄЦБ, проголошені в його статуті, — цінова стабільність та сприяння економічному розвитку країн ЄС в тій мірі, в якій це не перешкоджає ціновій стабільності. Вплив бюджетної політики на національну економіку стає менш однозначним після створення Економічного валютного союзу (ЕВС). Бюджетна експансія не веде до адекватного зростання національного попиту, тому що вільний рух капіталів, товарів, послуг та робочої сили сприяє «переливанню» позитивних ефектів такої експансії на інші національні економіки. Але зростання державної заборгованості за таких умов не веде до підвищення ставки відсотка, тому що притік капіталу допомагає фінансувати державні витрати. Отже, централізована монетарна політика не може бути ефективним інструментом забезпечення економічних інтересів країн, якщо ці інтереси не є гомогенними. Ефективність національних бюджетних політик викликає сумніви. Єдиним засобом боротьби з асиметричними та симетричними кризами є координація цих політик [3, с. 375].

Міжнародна координація економічних політик є надзвичайно складним процесом. По-перше, така координація повинна гарантувати досягнення економічних цілей кожної з країн. По-друге, координація має сприяти розробці найефективнішої економічної політики, яка змогла б проти-

діяти кризі та забезпечити економічне зростання. По-третє, координація не повинна стати джерелом великих економічних витрат для країн. По-четверте, система координації має забезпечувати якнайшвидше прийняття взаємовигідних рішень. По-п'яте, міжнародна система координації економічних політик повинна забезпечувати певну їх гнучкість на національному рівні. Для того, щоб відповідати всім вимогам, система координації повинна мати власні інститути. Ці інститути служать гарантією обраного типу координації. На інститути лягає відповідальність за задоволення інтересів всіх країн. До повноважень інститутів переходить розробка спільної економічної політики. Інститути виконують роль посередників та консультантів при переговорах між країнами чи при вирішенні міждержавних конфліктів. Крім того, інститути беруть на себе функції контролю виконання прийнятих рішень.

Центральними органами інституціональної структури ЄС по розробці та впровадженню економічної політики є Європейська Комісія та Рада ЄС. Комісія, яка є центром концентрації експертних знань в ЄС, забезпечує ефективність спільної економічної політики, в межах якої відбувається координація національних економічних політик. Комісія постійно проводить моніторинг макроекономічного середовища країн ЄС та, використовуючи право законодавчої ініціативи, запроваджує нову економічну політику. Рада ЄС, в свою чергу, забезпечує досягнення економічних цілей всіх країн ЄС. Під егідою Ради постійно проходить діалог між країнами з проблем спільного вирішення економічних проблем на основі взаємовигідного співробітництва. Саме в Раді приймаються ті рішення, які відповідають інтересам країн ЄС. На основі цього ми стверджуємо, що ефективність системи координації, а значить і ефективність макроекономічної політики європейських країн і ЄС в цілому, залежить від співвідношення наднаціональних та міжурядових принципів економічного управління, від взаємодії Комісії та Ради, які є центральними елементами інституціональної структури ЄС [4, с. 78].

Співвідношення між гнучкістю та ефективністю системи координації національних економічних політик залежить від ступеня дивергенції економічних цілей країн, від інструментів економічної політики, які вони використовують, та від загального стану світової економіки. Економічна теорія пропонує два аргументи на підтримку макроекономічного співробітництва на міжнародному рівні: статичні зовнішні ефекти та системна нестабільність. Перший аргумент полягає в тому, що національні економічні політики впливають на економіку інших держав, тому виникає можливість для подолання зовнішніх ефектів нескоординованої політики через оптимізацію за принципом Парето. Другий аргумент стосується проблеми валютних спекуляцій, які здатні дестабілізувати систему валютних курсів за умов відсутності координації економічних політик на міжнародному рівні. Для зони євро, безперечно, більш актуальним є перший аргумент [5, с. 21].

Необхідно розрізнати широку концепцію співробітництва, яка переважно не виходить за рамки звичайного обміну необхідною інформацією,

та більш вузьку ідею співробітництва, суть якої полягає в розробці спільної політики. Економічна взаємозалежність європейських країн звичайно сприяє створенню умов для розвитку міждержавного економічного співробітництва. Однак для того, щоб проаналізувати зовнішні ефекти, необхідно відрізнити конфліктні ситуації від неконфліктних. Найважливішою ознакою неконфліктних ситуацій є залежність вибору найкращої політики країною X від дій країни Y (чи навпаки), коли одна з країн не надає перевагу будь якій позиції іншої держави та не намагається досягти тотожності інтересів на міжнародному рівні [6, с. 24]. В цьому випадку лише обмежені форми координації, такі як обмін інформацією про напрямки економічної політики, можуть виявитися потрібними та економічно ефективними.

Ситуацію, що приводить до виникнення конфлікту, ми розглянемо за допомогою рис. 1. На осях розташуємо R і R^* — інструменти відповідно країни X і країни Y . Добробут як країни X , так і країни Y в цьому випадку залежить від особистого вибору інструментів економічної політики та від відповідного вибору іншої держави.

Таким чином, можна говорити про наявність кривих байдужості для обох країн. Припустимо, що точка C відображає найкращу ситуацію для країни X , а точка C^* — найкращу ситуацію для країни Y . I_0 та I_1 є кривими байдужості для країни X , при цьому I_1 віддається перевага в порівнянні з I_0 . Відповідним чином визначаємо I_0^* та I_1^* для країни Y . Неважко зрозуміти, що тільки якщо C співпадає з C^* , то країни можуть уникнути конфліктної ситуації. Пряма, що проходить через точки C і A , включає до себе всі точки, де дотичні до кривих байдужості країни X є горизонтальними. Ця пряма, відома як «пряма реакції», дозволяє визначити вибір країни X стосовно інструменту R при будь якому виборі інструменту R^* країною Y . Отже «пряма реакції» країни Y проходить через точки C^* та A , включаючи до себе всі точки, в яких дотичні до кривих байдужості країни Y є вертикальними. Лінія, що проходить через C та C^* та визначає всі точки дотику кривих байдужості обох країн, являє собою «контрактну криву», що об'єднує всі комбінації інструментів R та R^* , які відповідають критерію оптимальності Парето.

Що трапиться, якщо країни будуть проводити свій вибір незалежно одна від одної? Чіткої відповіді неможливо дати без додаткових припущень. Перше з них буде таким: як країна X , так і країна Y володіють всією інформацією, яка відображена на графіку. У випадку, коли країни будуть робити свій вибір одночасно, то точка A виглядає вірогідним кандидатом на точку оптимальності. Тому що тільки в цій точці виконується правило рівноваги Неша: жодна з країн не може зробити кращий вибір, враховуючи вибір іншої країни. У випадку, коли країна X має право вибору першою, ймовірна рівновага буде досягнута в точці D , тому що країна A скористується можливістю вибрати точку на «прямій реакції» країни Y . Отже точка D^* буде точкою рівноваги, якщо країна Y буде вибирати першою. Але в незалежності від того, в якій точці була досягнута рівновага, країни отримують стимул координувати свої політики, тому що в

будь-якому разі залишаються можливості для оптимізації по типу Парето. Наприклад, в А жодна з країн не має стимулу односторонньо змінювати свій вибір. Але координація дозволяє обом країнам переміститися в будь-яку точку на «контрактній кривій» між точками L та M, що має сенс як для країни X, так і для країни Y.

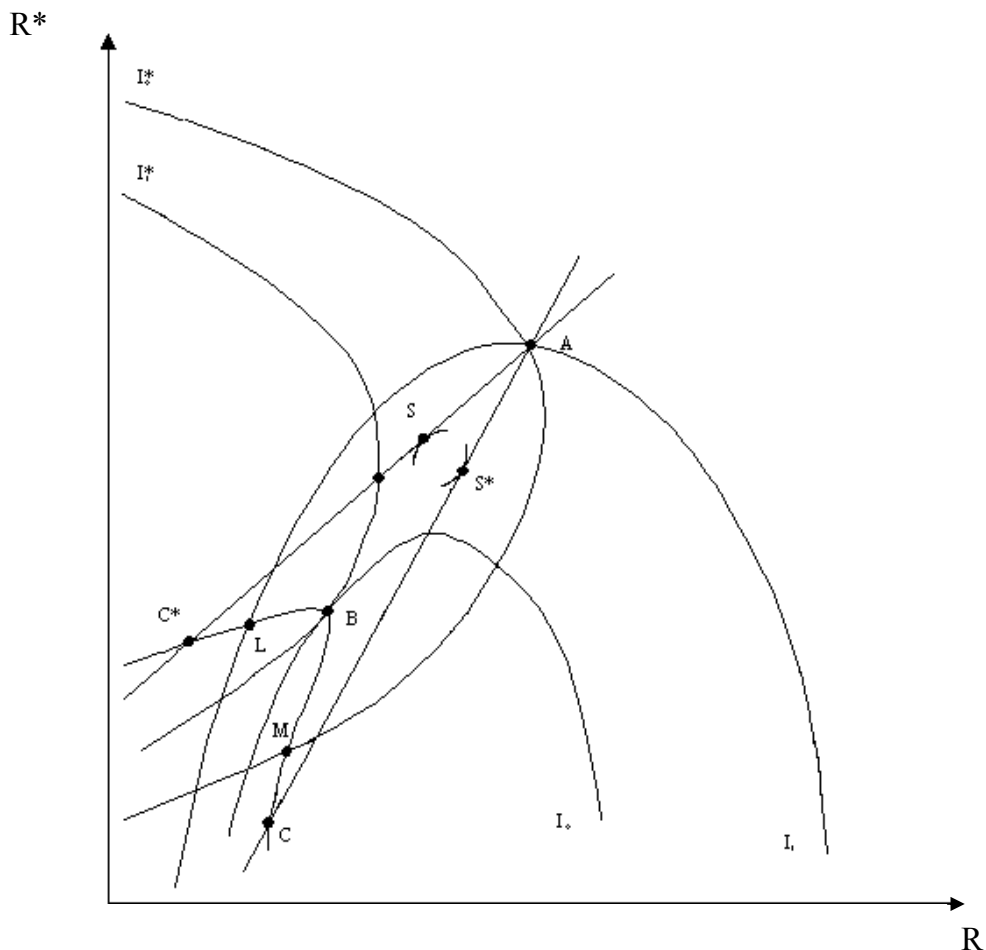


Рис. 1. Координація інструментів економічної політики між двома країнами

Можна зробити висновок, що в разі виникнення конфліктів між країнами, які незалежно одна від одної проводять свою політику, координація дозволяє отримати позитивні результати для всіх країн. Але графік допомагає визначити дві проблеми, які стримують процес координації. По-перше, якщо просування до «контрактної кривої» є взаємовигідним, то вибір конкретної точки означає суперечку інтересів різних країн. У нашому прикладі перехід від точки A до точки M означає, що перевагами координації буде цілком користуватися країна X , а до точки L — країна Y .

По-друге, через те, що ні одна з Парето-оптимальних точок не належить до будь-якої «прямої реакції», кожна з країн має стимул в односторонньому порядку змінити свій вибір та одноосібно отримати переваги для збільшення економічного добробуту. На графіку видно, що країна X заінтересована в підвищенні рівня R, а країна Y — в підвищенні рівня R*. Тому ефективна координація неможлива без взаємної домовленості щодо перерозподілу виграшу та закріплення цих домовленостей за допомогою спеціальних угод чи інституціональної структури.

Тепер розглянемо неконфліктну ситуацію, яка зумовлює необхідність співробітництва, але не координації. Припустимо, що країни X та Y використовують для стимулювання темпів росту валового внутрішнього продукту інструменти податкової політики. Але рівень ВВП в обох країнах залежить як від власної політики, так і від політики іншої країни. Якщо кожна країна може досягати поставлених цілей при будь-якому виборі податкової політики іншою країною, то обидві країни не будуть вступати у конфлікт. Подібний висновок є вірним і в ситуації, коли країна X чи країна Y не можуть досягти своїх цілей незалежно від податкової політики свого партнера. Як в першому, так і в другому випадку вплив податкової політики країн X та Y на процес досягнення цілей кожної з країн є однотипним за своїми ефектами. Країна X чи країна Y можуть за допомогою інструментів власної політики нейтралізувати вплив тих змін в політиці, які відбулися за кордоном. Таким чином, лише мінімальний ступінь співробітництва необхідний для встановлення оптимального рівноважного положення.

Інші, більш складні, моделі передбачають як виникнення конфліктів, так і простір для координації. Припустимо, що в умовах плаваючого валютного курсу та вільного руху міжнародного капіталу країни X та Y визначають свої цілі щодо рівня ВВП та інфляції, використовуючи як інструмент політики процентну ставку. Умовами моделі передбачено, що валютний курс визначається різницею в національних процентних ставках, а також рівнем виробництва, що залежить від рівня сукупного попиту (внутрішній попит та експорт). Інфляція, в свою чергу, залежить від рівня виробництва та від валютного курсу; іншими словами, зниження курсу національної валюти має прямий інфляційний ефект через більш високі ціни імпорту, а також непрямий ефект через підвищення експортної частки ВВП [7. с. 236].

Припустимо, що країни X та Y визначають рівень своїх процентних ставок одночасно та незалежно одна від одної. Згідно з положеннями рівноваги Неша, жодна з країн не зацікавлена в односторонньому зниженні процентних ставок. Подібне зниження приведе до росту як попиту, так і виробництва, але також надасть подвійний стимул для зростання рівня інфляції — за рахунок прямого ефекту через зростання попиту та непрямого ефекту через девальвацію національної валюти та підвищення ціни імпорту. Звичайно, зростання виробництва є позитивним результатом, але інфляційні процеси, як найменше, компенсуватимуть цей ефект. На основі цього прикладу можна зробити висновок, що координація політик про-

центних ставок дає переваги для обох країн, тому що зникає компонента інфляційного тиску, яка пов'язана зі зростанням імпорتنих цін. Відсутність координації змушує всю систему вирушити в дефляційному напрямку в результаті «конкурентної ревальвації» національних валют. Наша модель, якщо вважати R і R^* відповідними рівнями процентних ставок, дозволяє проілюструвати такі процеси.

Повертаючись до аргументів проти координації, на увагу заслуговують п'ять факторів. Це витрати на розробку системи координації, витрати на впровадження цієї системи, розбіжності щодо оцінки ефектів координації, витрати, пов'язані з рівнем довіри до системи координації, витрати на часткову координацію (створення блоку). Якщо два перших фактори об'єднати, то стає очевидною необхідність порівняння вигод від координації та витрат, пов'язаних з пошуком та прийняттям узгоджених рішень щодо національних економічних політик, а також з виявленням та покаранням порушників досягнутих домовленостей. Вищевказані фактори є надзвичайно важливими також і для визначення форм координації.

Розбіжності в оцінці ефектів тієї чи іншої економічної політики в умовах координації не є, з першого погляду, перешкодою для неї. Але процес координації просувається значно швидше, якщо його учасники добре розуміють цілі один одного (навіть якщо вони дещо розбігаються) та досягають згоди стосовно взаємозалежності інструментів та цілей. Наприклад, країни можуть дуже по-різному оцінювати вплив монетарної політики на реальний валютний курс. Тому, навіть якщо була досягнута угода про стабілізацію реальних валютних курсів, країни будуть суперечливо ставитися до координації монетарної політики.

На перший погляд, рівень довіри до національної економічної політики зростає під впливом координації. Але якщо монетарна політика не є об'єктом координації між країнами, то ступінь реакції центрального банку буде обмежений можливою відносною втратою конкурентоспроможності на міжнародних ринках в результаті зростання виробничих витрат в результаті зростання заробітної плати. Тому центральні банки пристосовуються до інфляції, якщо вони діють спільно, та намагаються боротися з нею, якщо вони діють незалежно один від одного. В цьому випадку наслідком координації є прискорення інфляції. Єдиним вирішенням цієї проблеми було створення незалежного центрального банку ЄС.

Список використаної літератури

1. Les nouveaux programmes de stabilité et de convergence // Economie européenne. — 2009. — Sup. A, № 3.
2. Direction de la prévision. La situation économique des pays de la zone euro // Problèmes économiques. — 2008. — № 3597 — S. 1–5.
3. Smaghi L., Casini C. Monetary and Fiscal Policy Cooperation: Institutions and Procedures in EMU // Journal of Common Market Studies. — 2000. — Vol. 38, № 2. — S. 375–391.
4. Aglietta M., de Boissieu C., Gauron A., Herzog P., Jacquet P., Muet P.-A. Coordination européenne des politiques économiques. — Paris: La Documentation Française, 2008. — 121 s.
5. Artus P. Must nominal convergence be achieved before or after monetary unification? — Paris: Caisse des dépôts et consignations, 2007. — 25 s.

6. Artus P. Une «guerre des productivités» après l'unification monétaire? — Paris: Caisse des dépôts et consignations, 2007. — 33 s.
7. Міжнародні валютно-кредитні відносини / Філіпенко А. С., Мазуренко В. І., Сікора В. Д.; За ред. Філіпенка А. С. — К.: Либідь, 1997.

Ю. Л. Гринченко

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ПРОБЛЕМА ОПТИМАЛЬНОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КООРДИНАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Резюме

В статье рассматриваются принципы и методы международного сотрудничества в сфере координации национальных экономических политик. Наибольший прогресс в этой сфере был достигнут в Европейском Союзе, в особенности в рамках экономического и валютного союза (зоны евро). Но экономический кризис, который перерос в долговую, вызывает вопросы относительно эффективности подобной координации. Конфликт между экономическими интересами разных стран можно решить за счёт использования принципов оптимальности в сфере международной координации национальных экономических политик. Общий вывод состоит в том, что зона оптимальных решений в сфере международного экономического сотрудничества определяется компромиссом относительно целей экономической политики и наличия соответствующей институциональной инфраструктуры для осуществления координации.

Ключевые слова: макроэкономическая политика, валютно-финансовая политика, бюджетная политика, экономический и валютный союз, международная экономическая координация, принцип оптимальности, равновесие Нэша.

Y. L. Grinchenko

Odesa I. I. Mechnikov National University

OPTIMALITY ISSUES WITHIN INTERNATIONAL COORDINATION OF ECONOMIC POLICY

Summary

The principles and methods of international cooperation in the field of national economic policy coordination are addressed in the article. The European Union, especially economic and monetary union (euro zone) has achieved the biggest progress in this field. But the economic crises, which evolved into debt crisis, raise questions about efficiency of the coordination. Principles of optimality can be used for international coordination of economic policy to solve conflicts between economic interests of different countries. The general result is that the area of optimal coordination is constrained by compromise on goals of economic policy and the institutional infrastructure to conduct such coordination.

Key words: macroeconomic policy, exchange policy, monetary policy, budget policy, economic and monetary policy, international economic coordination, principle of optimality, Nash equilibrium.

УДК 631.164.23

Н. В. Зинченко

Луганський національний аграрний університет

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

У статті розглянуто стан розвитку сільського господарства в Україні. Визначені причини, які заважають подальшому зростанню сільського господарства та розглянуті перспективи розвитку агропромислового комплексу України.

Ключові слова: сільськогосподарське виробництво, сільськогосподарські підприємства, господарства населення, продукція тваринництва, аграрний ринок.

Важливою складовою агропромислового комплексу (АПК) є сільське господарство, одиниця валової продукції якого створює умови для виробництва більше десяти одиниць в інших галузях економіки країни. Дана галузь забезпечує зайнятість 4 млн. осіб сільського населення, сприяє створенню робочих місць у пов'язаних з нею сферах виробництва, сприяє розвитку сільських територій, захищає суспільство від негативних наслідків надмірної урбанізації [3]. Саме тому Законом України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві» від 15 травня 1992 р. її розвиток визнано пріоритетним.

У подальшому розвитку агропромислового комплексу особливе місце займає сільське господарство, яке поєднує особисті, колективні і суспільні інтереси і створює необхідні умови для ефективнішого функціонування АПК.

Дослідження проблем щодо подальшого розвитку агропромислового комплексу України та значення сільського господарства в забезпеченні економічного розвитку країни обумовлює інтерес до різних аспектів його розвитку з боку як науковців, так і практиків. Особливо слід відзначити праці Андрійчука В. Г. [4], Богачева В. І. [2], Гайдуцького П. І. [5], Саблука П. Т. [3], Ткаченко В. Г. [2], Могильного О. М. [6] та ін. Зокрема, питання щодо подальшого розвитку сільського господарства, окремі аспекти розвитку агропромислового комплексу повинні набувати відповідного висвітлення в науковій літературі.

Метою даної статті є виявлення причин, які не дозволяють покращити рівень життя сільського населення та визначити перспективи подальшого розвитку сільського господарства усіх регіонів України.

З часу набуття Україною незалежності прийнято понад 150 законів, пов'язаних з сільськогосподарською діяльністю і селом, спрямованих на покращення рівня життя сільського населення, але вони не мали позитивного впливу і не покращили життя людей у сільській місцевості країни.

З переходом економіки на ринкову основу сільське господарство, як галузь із сезонним виробництвом і уповільненим оборотом капіталу, поставлено в гірші умови порівняно з іншими галузями [6].

Проаналізуємо стан сільського господарства за 2010–2011 рр.

ВВП за IV квартал 2010 р. порівняно з відповідним кварталом 2009 р. (у постійних цінах 2007 р.) становив 103 %, а за 2010 р. порівняно з 2009 р. — 104,2 % [1].

Індекс обсягу сільськогосподарського виробництва у січні–лютому 2011 р. порівняно з відповідним періодом 2010 р. становив 105,0 %, у тому числі, у сільськогосподарських підприємствах — 111,7 %, у господарствах населення — 98,7 % [1].

Загальне виробництво продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств за січень 2011 р. порівняно з січнем 2010 р. зросло на 5,3 %, у т. ч. у сільськогосподарських підприємствах — на 13,3 %, у господарствах населення — скоротилося на 1,9 % [1].

У структурі реалізації худоби та птиці на забій сільськогосподарськими підприємствами за січень 2011 р. порівняно з січнем 2010 р. частка птиці всіх видів становила 69,1 % (у січні 2010 р. — 72,6 %), у т. ч. бройлерів — 94,3 % (у січні 2010 р. — 96,5 %); великої рогатої худоби — 9,2 % (у січні 2010 р. — 9,7 %), свиней — 21,5 % (у січні 2010 р. — 17,4 %) [1]. Виробництво основних видів продукції тваринництва за 01.01.2010–01.01.2011 р. показано у таблиці 1.

Таблиця 1

Виробництво основних видів продукції тваринництва

Продукція	Усі категорії господарств		Сільськогосподарські підприємства		Господарства населення		Частка населення, %	
	січень 2011 р.	у % до січня 2010 р.	січень 2011 р.	у % до січня 2010 р.	січень 2011 р.	у % до січня 2010 р.	січень 2011 р.	у % до січня 2010 р.
М'ясо ¹ , тис. т	280,3	105,3	127,7	115,3	152,6	98,3	54,4	58,4
Молоко, тис. т	563,9	98,1	153,7	102,1	410,2	96,6	72,7	73,8
Яйця, млн. шт.	1371,7	122,9	1054,4	129,8	317,3	104,5	23,1	27,2

¹ Реалізація худоби та птиці на забій (у живій вазі).

У січні 2011 р. в аграрних підприємствах загальний обсяг вирощування худоби та птиці перевищив рівень січня 2010 р. на 10,6 %, у т. ч. свиней — на 21,2 %, птиці — на 8,0 %, великої рогатої худоби — на 4,2 %. Середньодобові прирости великої рогатої худоби на вирощуванні, відгодівлі та нагулі збільшилися на 11,7 %, свиней — на 7,9 %. Відношення загального обсягу вирощування худоби та птиці до їх реалізації на забій становило 115,1 % (у 2010 р. — 119,4 %) [1]. Поголів'я основних видів худоби та птиці показано у таблиці 2.

На початок лютого 2011 р. господарствами населення утримувалося 66,7 % загальної чисельності великої рогатої худоби (у 2010 р. — 66,5 %), у т. ч. корів — 77,7 % (у 2010 р. — 77,9 %), свиней — 53,4 % (у 2010 р. —

54,9 %), овець і кіз — 82,3 % (у 2010 р. — 81,6 %), птиці всіх видів — 44,0 % (у 2010 р. — 46,1 %) [1].

Таблиця 2

Поголів'я основних видів худоби та птиці (тис. голів)

Тварини	Усі категорії господарств			Сільськогосподарські підприємства			Господарства населення		
	на 1 лютого 2011 р.	до 1 лютого 2010 р.		на 1 лютого 2011 р.	до 1 лютого 2010 р.		на 1 лютого 2011 р.	до 1 лютого 2010 р.	
		+, -	у %		+, -	у %		+, -	у %
Велика рогата худоба	4594,8	-307,6	93,7	1528,5	-111,4	93,2	3066,3	-196,2	94,0
у т. ч. корови	2639,9	-96,8	96,5	588,5	-15,6	97,4	2051,4	-81,2	96,2
Свині	7853,9	287,8	103,8	3659,3	245,4	107,2	4194,6	42,4	101,0
Вівці та кози	1813,5	-42,0	97,7	320,3	-20,9	93,9	1493,2	-21,1	98,6
Птиця	194104	10649	105,8	108741	9920	110,0	85363	729	100,9

Загальний обсяг реалізованої аграрними підприємствами власно виробленої продукції за січень 2011 р. порівняно з січнем 2010 р. збільшився на 22 %, у т. ч. продукції рослинництва — на 34 %, продукції тваринництва — на 13 %. Реалізацію основних видів продукції аграрними підприємствами, крім малих підприємств, показано у таблиці 3.

Таблиця 3

Реалізація основних видів продукції аграрними підприємствами у січні 2011 р.¹

	Обсяг реалізованої продукції		Середня ціна реалізації продукції		
	тис. т	у % до січня 2010 р.	грн. за т (тис. шт.)	у % до січня 2010 р.	у % до грудня 2010 р.
Зернові культури	609,4	93,2	1379,6	142,0	114,9
у тому числі					
пшениця	273,4	100,4	1308,7	137,6	120,1
жито	6,6	19,1	1133,7	171,8	117,4
ячмінь	32,5	42,4	1355,2	173,3	132,5
кукурудза	270,9	112,1	1346,8	126,4	108,4
Насіння соняшника	170,0	174,3	3585,4	141,6	103,6
Соя	89,1	502,7	2890,7	97,4	107,5
Ріпак	1,9	38,3	3511,7	142,3	111,2
Худоба та птиця (у живій вазі)	123,0	112,0	10759,3	107,9	92,4
у тому числі					
велика рогата худоба	12,4	106,2	10468,0	115,6	103,2
свині	26,1	136,4	11591,0	88,2	95,1
птиця	84,3	106,9	10546,9	112,9	90,1
Молоко та молочні продукти	134,6	103,7	3003,9	101,7	87,1
Яйця, млн.шт.	916,0	129,0	500,0	96,4	87,2

¹ Державний комітет статистики України, 2011.

Середні ціни продажу аграрної продукції сільськогосподарськими підприємствами за всіма напрямками реалізації за січень–лютий 2011 р. порівняно з відповідним періодом 2010 р. зросли на 19 %, у тому числі продукції рослинництва — на 42 %, тваринництва — знизилася на 1 %. У лютому 2011 р. порівняно з січнем середні ціни реалізації сільськогосподарської продукції зросли на 4 %, у тому числі продукції рослинництва — на 13 %, продукції тваринництва — знизилася на 9 % [1].

Безпосередньо в аграрних підприємствах зберігалася 6,6 млн т зерна (на 10 % менше), у т. ч. 2,7 млн т пшениці, 1,0 млн т ячменю, 2,1 млн т кукурудзи, 0,1 млн т жита. Зернозберігаючі та зернопереробні підприємства мали в наявності 7,6 млн т зерна (на 1,5 % менше), у т. ч. зернозберігаючі — 5,8 млн т (на 9 % більше) [1].

Запаси насіння соняшника становили 3,3 млн т (на 8 % більше, ніж на 1 березня 2010 р.), із них безпосередньо в аграрних підприємствах (крім малих) зберігалася 0,8 млн т (на 30 % менше), підприємствах, що здійснюють його переробку та зберігання — 2,5 млн т (на 29 % більше, ніж у 2010 р.) [1].

Також слід відзначити соціальні проблеми, які впливають на розвиток сільських територій та сільського господарства. Це відсутність мотивації до праці, безробіття, бідність та трудова міграція, занепад соціальної інфраструктури, поглиблення демографічної кризи та відмирання сіл. Середньорічна зарплата в сільському господарстві у 2007 р. була в 1,9 раза нижча, ніж в середньому по економіці країни і у 2,2 — ніж у галузях промисловості. За межею бідності знаходиться кожний третій селянин [6].

Трудова зайнятість сільського населення за 2001–2007 рр. зменшилася на 7 %, а в сільськогосподарських підприємствах — у 2,7 рази [6]. Наявність основних життєзабезпечуючих чинників у сільських населених пунктах (заклади освіти, охорони здоров'я, культури, побуту, комунального господарства тощо) значно менша потреби і досягнутого рівня в містах.

Відбувається деіндустріалізація сільського господарства. Основний капітал галузі зменшився за 1996–2007 рр. в 1,6 рази, а в сільськогосподарських підприємствах — у 3 рази. При цьому частка сільського господарства в основних фондах всієї економіки зменшилася з 14,3 % до 5,7 %. Забезпеченість аграрних підприємств тракторами, комбайнами та іншою технікою становить 45–50 % від потреби. Понад 90 % наявних технічних засобів потребують заміни через їх зношеність [6].

Так у 2010 р. у порівнянні до 2009 р. виробництво валової продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств зменшилося на 1,0 %.

На споживчому ринку у січні 2010 р. ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 1,3 %. Найбільше (на 7,2 % та 6,6 %) подорожчали продукти переробки зернових та овочі. На 4,3–1,6 % зросли ціни на олію, фрукти, цукор та маргарин. Водночас на 3,3–0,1 % стали дешевшими тваринні жири, яйця, свинина, м'ясо птиці, сири, рис та масло [1].

У виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів продукція подорожчала на 0,8 %, у т. ч. у виробництві цукру — на 5,5 %, борошномельно-круп'яних продуктів — на 4,5 %, олії та тваринних жи-

рів — на 1,4 %, переробці та консервуванні овочів та фруктів — на 1,3 %, виробництві хліба і хлібобулочних виробів — на 0,6 %. Разом з цим у виробництві м'яса і м'ясопродуктів відбулося здешевлення продукції на 2,5 % [1].

Проте, незважаючи на певні позитивні зрушення, в аграрній сфері існує багато невирішених проблем. Не зменшується чисельність збиткових господарств, питома вага яких становить 38 % від загальної їх кількості. Тривалий час залишається низьким рівень використання сільськогосподарських угідь [6]. У галузі найнижча заробітна плата, досить слабка соціальна захищеність селян порівняно з іншими галузями економіки. Не менш важливою проблемою є оновлення машинно-тракторного парку господарств, проведення технологічної переорієнтації на сучасні ресурсозберігаючі технології виробництва конкурентоспроможної продукції. Надто багато невирішених проблем у тваринництві. В країні не вистачає м'яса та молокопродуктів, а значна кількість виробленої тваринницької продукції не знаходить каналів реалізації через низьку її якість та платоспроможність населення. Можна погодитися з вченими-аграрниками [2, 3, 4, 5] в тому, що існує ряд причин, які заважають підвищенню зростання сільського господарства:

- відсутність у суспільстві зрозумілої і прийнятної для всіх його громадян національної ідеї розбудови країни та ролі сільського господарства у забезпеченні соціальної стабільності й економічного зростання суспільства;

- невизнання при формуванні бюджетної політики об'єктивної нерівності умов відтворення сільського господарства з іншими галузями і сферами діяльності економіки, що викликано сезонністю виробництва, залежністю від природно-економічних умов, довготривалістю термінів виробничих циклів й відповідно уповільненим оборотом капіталу та традиційно обмеженою державною підтримкою облаштування сільських територій;

- відсутність паритетних економічних відносин між аграрним сектором й іншими галузями національної економіки та державної політики підтримки рівноправних умов відтворення у сільському господарстві;

- невідповідність програм реформування економіки сільського господарства і результатів їх здійснення законодавчо визначеним соціальним пріоритетам, незадовільний законодавчий захист прав власності селян на землю і майно;

- некомплексність і непослідовність розв'язання завдань аграрної реформи в Україні, відставання створення відповідних економічних механізмів, відсутність ефективної цінової політики та фінансового обслуговування виробництва, а також стимулювання впровадження інновацій і розвитку інтеграційних партнерських відносин в агропромисловому виробництві і невиключення вартості земель сільськогосподарського призначення в економічний обіг;

- недостатньо розвинена інфраструктура аграрного ринку, тінізація каналів збуту сільськогосподарської продукції, їх монополізація торговим і фінансовим капіталом; відсутність професійного інформаційного забез-

печення селянства щодо знань та навичок господарювання в ринкових умовах;

– відсутність умов та заходів щодо підвищення зайнятості, створення додаткових робочих місць у сільській місцевості й підвищення рівня доходів, а також системного кредитного забезпечення і страхового обслуговування сільського господарства; викривлена по відношенню до села податкова політика;

– неефективна державна політика щодо створення умов для розвитку кооперативних та інших некомерційних об'єднань сільськогосподарських товаровиробників у сфері заготівлі, переробки, реалізації продукції та фінансового й транспортного обслуговування товарних потоків від виробників до споживача.

Тому для забезпечення подальшого розвитку аграрної сфери України «Інститутом аграрної економіки» УААН була розроблена Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 р. Головною метою програми є забезпечення життєдіяльності сільського господарства, його конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках, гарантування продовольчої безпеки країни, створення умов для комплексного розвитку сільських територій, збереження сільського укладу життя та селянства, як носія української ідентичності, культури й духовності.

Виконання зазначеної програми забезпечить [6]:

– збереження сільських населених пунктів, а також зростання ефективно зайнятості сільського населення, підвищення рівня його доходів і середньомісячної заробітної плати до рівня, не нижче середнього в галузях національної економіки;

– формування ємності аграрного ринку за рахунок вітчизняної сільськогосподарської продукції на рівні, що гарантує продовольчу незалежність країни та створення інфраструктури внутрішнього аграрного ринку, розширення обсягів біржової торгівлі, формування національної мережі гуртових (оптових) сільськогосподарських ринків, інформаційно-комунікативних мереж та транспортного забезпечення;

– зростання обсягів виробництва валової продукції сільського господарства в 2015 р. у 1,6 рази, а її експорту — в 2 рази порівняно, наприклад, з 2005 р.;

– дохід від реалізації продукції лише в сільськогосподарських підприємствах за 2007–2015 рр. до 607 млрд грн, або в середньому за рік 67,5 млрд грн, що у 2,9 рази більше, ніж у 2005 р., а рівень рентабельності виробництва зросте з 7,8 % до 21,8 % у 2015 р.;

– зростання обсягів інвестицій в аграрний сектор у 2 рази та надходжень податків і зборів від аграрного сектора до зведеного бюджету у 2,5 рази;

– збільшення завантаження переробних підприємств, відродження сільськогосподарського машинобудування, збереження робочих місць в галузях-партнерах сільського господарства та покращення технічного оснащення сільського господарства у 1,3 рази;

– впровадження базових агроекологічних вимог і стандартів у практику відповідно до Національного Кодексу сталого агрогосподарювання.

Лише визнання і утвердження цієї ідеї дасть можливість врахувати національні особливості, надавши цим самим їй статус національної та на основі цього розробка програми розвитку економіки держави й окремих її сегментів довго-, середньо- і короткострокового характеру. Без такої ідеї ці програми, якщо і будуть розроблені, то не зможуть бути реалізовані [6].

Також слід відзначити надзвичайно велику проблему — недосконалість механізмів розподілу як земельних ресурсів, так і аграрного та соціального бюджету. Необхідно зробити наступний крок в освоєнні ринку землі — через норму прибутку передбачати отримання у сільськогосподарському виробництві доходів на основні й оборотні фонди та землю. Головна увага повинна бути зосереджена на залученні інвестицій в аграрний сектор, перш за все, внутрішніх, поліпшенні загального інвестиційного клімату в країні.

Таким чином, для подальшого розвитку агропромислового комплексу регіонів України потрібно:

- прискорити розробку та впровадження нових механізмів господарювання, які б забезпечували адаптацію підприємств до ринкових умов, а також економічні умови для оптимізації цінкових співвідношень між продукцією сільського господарства та інших галузей економіки країни;

- здійснити фінансове оздоровлення, в тому числі за рахунок реструктуризації заборгованості сільськогосподарських товаровиробників бюджетам усіх рівнів, державним позабюджетним фондам, постачальникам паливно-енергетичних ресурсів;

- створити спеціалізовану фінансову систему обслуговування товаровиробників АПК;

- створити державні резервні продовольчі фонди, насамперед зерна, й організувати державне регулювання їх ринків;

- забезпечити мобілізацію державних кредитних ресурсів та створити відповідні умови для залучення приватних інвестицій у виробництво сільськогосподарської техніки, розширення лізингу на сприятливих умовах;

- розробити заходи щодо відновлення технічної оснащеності сільського господарства;

- відновити з урахуванням ринкових відносин систему страхування в сільському господарстві.

На основі зазначеного можна зробити висновок: у результаті реформування аграрного сектора України зростає економічна ефективність виробництва в агропромисловому комплексі, підвищується його кредитна, інвестиційна й інноваційна привабливість, що, в кінцевому підсумку, стане вирішальною умовою забезпечення успішного виробництва конкурентоспроможної продукції не тільки для захисту внутрішнього ринку, а й для виходу з нею на зовнішній ринок, освоєння європейських стандартів господарювання.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Ткаченко В. Г., Богачев В. И. Аграрная реформа в Украине: результаты, перспективы завершения : Монография / Под общ. ред. профессора Ткаченко В. Г. и профессора Богачева В. И. — Луганск: Книжковий світ, 2006. — 228 с.
3. Саблук П. Т. Агропромисловий комплекс: стан, тенденції та перспективи розвитку / Інформаційно-аналітичний збірник. — К.: ННЦ «ІАЕ» УААН, 2003. — Вип. 6. — 764 с.
4. Андрійчук В. Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва // Економіка АПК. — 2005. — № 5.
5. Аграрна реформа в Україні / П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук, Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров; Ред. П. І. Гайдуцький; Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки». — К.: ННЦ «ІАЕ» УААН, 2005. — 422 с.
6. Агропромисловий комплекс України: стан та перспективи розвитку. Науковий збірник за матеріалами VII Пленуму Співки економістів України та Всеукраїнської науково-практичної конференції / Під загальною редакцією Оскольського В. В. — К.: Аратта, 2009. — 350 с.

Н. В. Зинченко

Луганский национальный аграрный университет

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА УКРАИНЫ

Резюме

В статье рассмотрено состояние развития сельского хозяйства в Украине. Определены причины, которые мешают последующему росту сельского хозяйства и рассмотрены перспективы развития агропромышленного комплекса Украины.

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельскохозяйственные предприятия, хозяйства населения, продукция животноводства, агропромышленный комплекс.

N. V. Zinchenko

Lugansk national agrarian university

STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTION OF UKRAINE

Summary

In the article development of agriculture status is considered on Ukraine. Reasons which interfere with subsequent growth of agriculture and the prospects of development of agroindustrial complex of regions of Ukraine are considered are certain.

Key words: agriculture, agricultural enterprises, economies of population, products of stock-raising, agroindustrial complex.

УДК 336.763

О. В. Копилова

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ФОНДОВИХ РИНКІВ ПОСТСОЦІАЛІСТИЧНИХ КРАЇН В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Проаналізовано головні спільні риси та розбіжності функціонування елементів торгово-організаційної інфраструктури (ТОІ) фондових ринків країн Західної та Центрально-Східної Європи. Виділені переваги і недоліки сучасних тенденцій розвитку ТОІ зазначеного регіону. Зроблені висновки відносно тяжіння українського ринку цінних паперів (РЦП) до континентальної моделі та сформульовані головні перешкоди до його інтеграції у загальноєвропейський ринок.

Ключові слова: ринок цінних паперів, інтеграція, інфраструктура, фондова біржа, торговець цінними паперами, інвестиції.

Сучасний світовий ринок цінних паперів характеризується не тільки стрімкими темпами інтеграції та глобалізації, що відбуваються в країнах з розвинутою економікою, але і рядом особливостей та розбіжностей розвитку, що найбільше відчувається в країнах, які відносяться до постсоціалістичної групи. Після отримання незалежності такі країни, як Україна, Росія, Литва та інші, почали формування національних фондових ринків, спираючись на досвід сусідніх країн Центрально-Східної Європи, в яких зазначені процеси розпочалися раніше. Процеси становлення ринків цінних паперів у зазначених країнах відрізнялися не лише національною специфікою формування корпоративного сектора, а й тяжінням до англо-американської чи континентальної моделі ринку.

Питаннями інтеграції до європейського і міжнародного фондового ринку займаються такі вітчизняні та закордонні науковці, як: А. Бардакова [1], О. Бей [2], Н. Думна [3], Я. Міркін [4], В. Рубцов [5], С. Тігіпко [6] та ін. Дослідження ряду науковців, таких як Є. Жуков, С. Котляров [7], О. Собкевич [8] та ін., спрямовані на аналіз ринків цінних паперів постсоціалістичних країн та країн, що розвиваються. Але слід зазначити, що все ще існує низка нерозкритих питань щодо використання досвіду країн Центрально-Східної Європи у розбудові української фондової інфраструктури.

Для підвищення конкурентоспроможності та повноцінного сприйняття інтеграційних процесів українського РЦП необхідно виділити співвідношення тенденцій розвитку елементів його торгово-організаційної інфраструктури до тенденцій розвитку відповідних елементів у країнах ЄС та ЦСЄ.

Однією з головних проблем розвитку РЦП постсоціалістичних країн в умовах європейської інтеграції є глибокий дисбаланс існуючих елементів їх інфраструктур, тобто невідповідність мети, завдань, функцій, структури ринку, обсягів операцій тощо. Визначення напрямків подальшого фор-

мування національного фондового ринку та його інтеграції, перш за все, ґрунтується на порівняльному аналізі сучасних тенденцій розвитку елементів ТОІ, що забезпечує ефективне функціонування РЦП. Під торгово-організаційною інфраструктурою ринку цінних паперів розуміємо систему спеціалізованих фінансових установ, що здійснюють професійну діяльність з організації торгівлі цінними паперами шляхом надання посередницьких послуг щодо супроводження обігу цінних паперів на організаторах торгівлі (торговці цінними паперами, фондові біржі, позабіржові торгівельні системи).

Розглянемо співвідношення рівня та напрямків розвитку брокерів на українському та західноєвропейському РЦП за 2008 р., коли ще фінансова криза не мала такого широкого розповсюдження.

Перевага універсальних банків як учасників РЦП ЄС. Континентальна Європа характеризується розвинутою системою універсальних банків, що сполучають комерційну й інвестиційну діяльність; дана система також виступила базою для створення єдиного фінансового ринку Європейського Союзу. При цьому формування єдиного РЦП має на увазі створення і розвиток системи інвестиційних компаній як учасників ринку цінних паперів; це здійснюється, насамперед, для удосконалення системи протидії конкуренції з боку американських установ. У 1993 р. в результаті прийняття Директиви про інвестиційні послуги в країнах із традиційною банківською моделлю з'явилася можливість роботи на фондовому ринку для компаній по цінних паперах. Подібна тенденція спостерігається і на українському РЦП: вагома участь комерційних банків як посередників, стимулювання розвитку інвестиційних компаній.

Аналіз співвідношення кредитного портфеля і портфеля цінних паперів у загальній структурі активів західноєвропейських банків свідчить про німецький тип фінансової системи в ЄС (див. рис. 1).

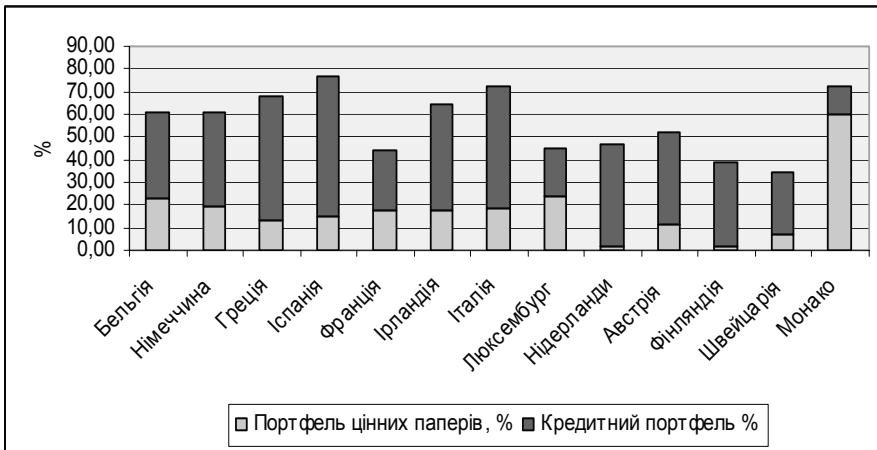


Рис. 1. Структура активів західноєвропейських банків, 2008 р.
[розраховано на основі даних з [9]]

У ряді країн частка портфеля цінних паперів у структурі активів банків наближається до частки кредитного портфеля, що сигналізує про зростання процесів універсалізації фінансових інститутів в країнах ЄС; цей процес легше здійснюється в невеликих країнах з дуже розвинутою фінансовою інфраструктурою, таких як Бельгія, Данія, Монако і Люксембург. Водночас спостерігається зростання портфелю цінних паперів і у провідних країнах ЄС, таких як Німеччина та Франція.

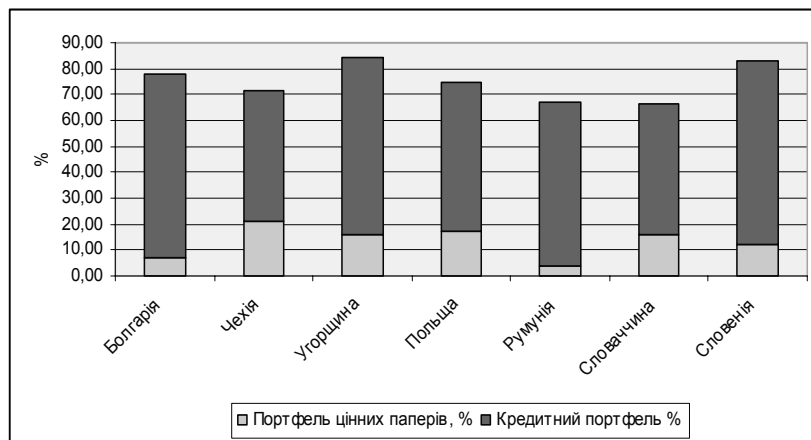


Рис. 2. Структура активів банків Центрально-Східної Європи, 2008 р. [розраховано на основі даних з [9]]

Кредитний портфель у структурі активів банків Польщі (57,14 %), Угорщині (68,11 %) і Чехії (49,96 %) значно превалює над портфелем цінних паперів; серед країн ЦСЄ за зазначеним показником спостерігається чітке розділення країн на дві групи: лідери (Чехія, Польща, Угорщина, Словаччина та Словенія) та аутсайтери регіону (Болгарія та Румунія). Це пояснюється різними методами та строками приватизаційних процесів, доступу закордонних інвесторів до фінансових ринків (див. рис. 2).

Дослідження відповідних показників в деяких країнах колишнього СРСР довело ще більш незначні обсяги використання банківським сектором фондових інструментів. Крім того, в Україні частка кредитного портфеля в активах банків становить 81,40 % — найвищий в досліджуваному регіоні, що є ще одним проявом слабкого розвитку РЦП (див. рис. 3).

Ще одним важливим аспектом аналізу є визначення ступеня впливу світової фінансової кризи 2008–2009 рр. на тенденцію збільшення частки портфеля цінних паперів в активах банків. Слід зазначити, що фінансова криза не призвела до різкого зниження обсягів використання фондових інструментів, хоча в деяких країнах і спостерігалася тенденція до зниження (див. рис. 4).

Поступова концентрація банківського сектора є важливим чинником формування фінансової системи ЄС. Кількість банків у ЄС за період з 1997 до 2003 р. зменшилася приблизно з 9600 до 7400 [11], тобто на 23 %. Да-

ний процес супроводжувався зростанням значимості банківського сектора в економіці; його ріст перевершував темпи росту ВВП в багатьох країнах. Фахівці виділяють ряд чинників, що вплинули на даний процес: ослаблення ролі держави, технологічний прогрес, уведення євро. З 1990 по 2001 р. 78 % вартості М&А, хоча б одним з учасників яких був європейський банк, укладалося з банками, що знаходяться в тій же країні, що і банк-покупець. У той же час частка М&А із закордонними стосовно ЄС банками зростає з кожним роком, але складає менше половини від загального числа угод. На рис. 5 добре видно, що пік М&А банківського сектора ЄС приходить на період з 1996 по 1999 р., але, починаючи з 2002 р., даний процес уповільнюється і стабілізується. Насамперед, це пов'язано із завершенням процесу перерозподілу прав власності в банківському секторі; у процес М&А втягують невеликі банки регіонального значення.

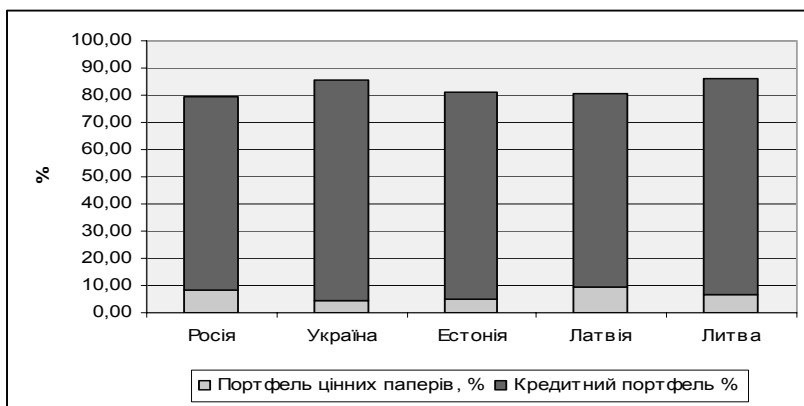


Рис. 3. Структура активів банків країн колишнього СРСР, 2008 р.
[розраховано на основі даних з [9, 10]

В Україні спостерігається дещо інша тенденція: в 2006–2008 рр. відбулася велика кількість поглинань українських банків з боку насамперед європейських банків (доля іноземного капіталу в банківській системі України перевищує 36 %) [14]. В рамках країни майже не відбувалося М&А банківського сектора.

Слаборозвинена система ІК і ПФ є вразливим місцем фінансової системи ЄС; законодавчо здійснюється всебічне стимулювання даної системи. Незважаючи на зростання активності пенсійних фондів на європейському фондовому ринку, їхня діяльність так чи інакше безпосередньо пов'язана з банківським капіталом. Виходячи з цього, можна зробити висновок відносно того, що практично вся посередницька функція на європейському ринку цінних паперів сконцентрована в банківському секторі. Подібна тенденція спостерігається і на українському РЦП. В країнах ЦСЄ спостерігається створення більш розвинутої, ніж в Україні, системи інвестиційних і пенсійних фондів, як повноцінних учасників фінансової системи держави. Внаслідок того, що історія існування фінансового ринку країн ЦСЄ (у його сучасному розумін-

ні) нараховує не більше двох десятиліть, при її становленні була можливість проаналізувати і врахувати всі переваги і недоліки як англосаксонської, так і континентальної фінансових моделей. Принаймні, була здійснена спроба створення системи інституціональних учасників РЦП.

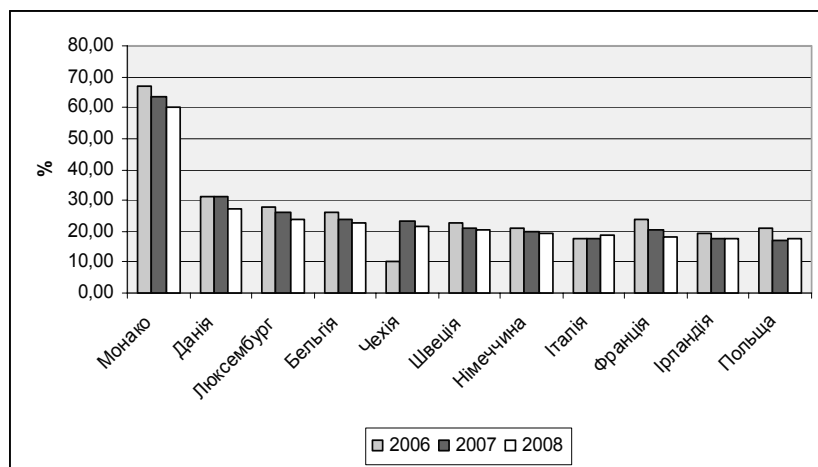


Рис. 4. Динаміка частки портфеля цінних паперів в загальних активах банківського сектора країн-лідерів регіону по вкладах в цінні папери в 2006–2008 рр. [розраховано на основі даних з [9]]

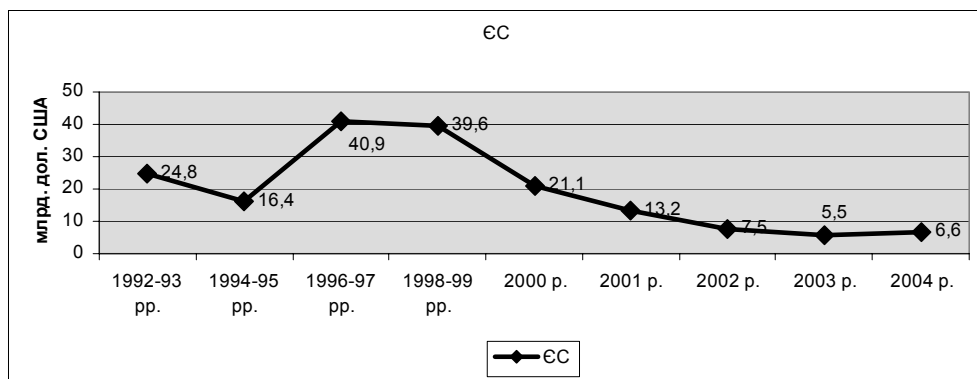


Рис. 5. Динаміка вартості М&А банківського сектора ЄС у 1992–2004 рр. [розраховано на основі даних з [12; 13]]

Попередній аналіз слід доповнити дослідженням співвідношення рівня та напрямків розвитку організованого РЦП в Україні та ЄС.

Активні процеси злиття і поглинання організаторів торгів на фондовому ринку почалися ще в 70-х рр. ХХ ст., причому споконвічно вони відбувалися на національному рівні. Найчастіше більш дрібні регіональні біржі трансформувалися в регіональні підрозділи/філії біржі, що мала найбільший оборот акцій, які були розташовані в столиці держави. У 90-х рр.

XX ст. почалася хвиля інтернаціональних об'єднань, тобто утворення «мегабірж»: Euronext NV, LSE, NOREX, EUREX, Virt-X. При цьому формування міжнародного РЦП не зупинилося; у 2007 р. Нью-Йоркська фондова біржа придбала Euronext NV, таким чином показавши приклад міжконтинентальних об'єднань. Даний процес обумовлений у, першу чергу, консолідаційними процесами в самому ЄС; урядові облігації країн ЄС є взаємозамінними, отже, був створений другий за розміром (після США) ринок державних цінних паперів.

На європейському ринку акцій також спостерігаються подібні тенденції. Продаж Euronext NV та OMX Group, скоріше за все, не стане одиначним випадком приходу іноземного інвестора на ринок організаторів торгівлі цінними паперами: американська фондова біржа NASDAQ неодноразово заявляла про свої наміри придбати контрольний пакет акцій Лондонської фондової біржі. На жаль, подібні тенденції не спостерігаються в рамках біржового сегменту української TOI, велика кількість фондових бірж України не відповідає навіть обсягам ринку цінних паперів.

Існування такого процесу, як універсалізація бірж, викликане об'єктивними причинами виживання в умовах надзвичайно високої конкуренції, з боку як бірж, так і численних електронних і інтернет-систем. Універсальні біржі служать не тільки торговельною площадкою, на якій відбуваються операції купівлі-продажу будь-яких цінних паперів, але й місцем, де також здійснюється перереєстрація прав власності, клірингова діяльність, надаються юридичні, інформаційні і консультаційні послуги і т. д. Вказана тенденція не спостерігається на організованому РЦП України.

Паралельне існування ділінгового ринку і подвійного безперервного аукціону обумовлено високим рівнем конкуренції усередині самого європейського ринку і притаманне країнам ЦСЄ. Ділінговий ринок передбачає вихід інвестора на ринок через брокера, тоді як аукціонний ринок дозволяє інвесторам безпосередньо самим вводити заявки в електронну систему торгівлі. Поєднання двох даних систем приводить до поглинання ризику невиконання зобов'язань контрагентом у залежності від стану ринку цінних паперів. Рівень технічного забезпечення українських фондових бірж не відповідає європейському рівню: електронні системи застарілі, дають збої, тому їх необхідно замінити.

Орієнтація операцій на акції національних компаній є однією з традиційних причин відставання західноєвропейського ринку цінних паперів від американського. Особливо характерне дане явище для РЦП Німеччини. Основними причинами цього виступають: низька прозорість ринку акцій і широке використання інсайдерської інформації, перевага великих пакетів і невеликої кількості акціонерів, висока частка банків у структурі акціонерів і т. д. Цей негативний фактор дуже ріднить європейський та український РЦП, на якому торгівля іноземними цінними паперами відсутня та дуже поширене використання інсайдерської інформації.

Відносини кооперації (створення загальних контрактів) полегшують здійснення операцій на міжбіржовому рівні і значно знижують операційні витрати. В Україні створення загальних контрактів майже не використовується.

Дуже важливо виділити тенденції розвитку біржового ринку, що притаманні країнам ЦСЄ.

Максимально вільний доступ на організований РЦП для іноземних інвесторів. Завдяки цьому в процесі приватизації в деяких країнах ЦСЄ у власність іноземних інвесторів потрапило до 50 % приватизованих об'єктів, як правило, великих промислових підприємств. Це і стало, в кінцевому підсумку, могутнім поштовхом для економічного розвитку даного регіону, що значно випередив країни колишнього СРСР. Дослідження показників зазначеного регіону в період становлення свідчить про потужну присутність закордонних інвесторів на ринках цінних паперів Чехії, Угорщини, Польщі, Румунії і Російської Федерації, що не спостерігається на українському РЦП:

1) стабільні вкладення закордонних інвесторів у цінні папери чеських емітентів на рівні 15–23 % від загального обсягу інвестицій у зазначений регіон, що є наслідком відкритості ринку і законодавчого стимулювання;

2) угорські активи були дуже привабливі для закордонних інвесторів лише під час приватизації, після її завершення їхня активність на РЦП Угорщини значно скоротилася;

3) починаючи з 1996 р. Польща залишається найбільш привабливою країною для закордонних інвестицій у цінні папери;

4) Румунія внаслідок невеликої місткості ринку традиційно була не дуже привабливою для закордонних інвесторів, однак у 1998 р. завдяки, насамперед, фінансовій кризі, по даному показнику змогла випередити обсяги вкладень в активи РФ;

5) для ринку акцій РФ переломним став 1998 р., коли практично відбулося падіння усієї фінансової системи країни. Однак, навіть через роки частка закордонних інвестицій в акції її корпоративного сектора залишається на рівні Угорщини і Румунії.

Акціонери біржі є національними представниками. Це могло б знизити темпи розвитку бірж, однак, з огляду на той факт, що біржі були створені відносно давно і за участі та при підтримці західноєвропейських бірж, на даному етапі розвитку немає гострої необхідності для залучення іноземних інвесторів. На біржах ЦСЄ діє сучасне устаткування, і вони цілком справляються з існуючим обсягом операцій.

Використання тільки електронних систем торгів свідчить про відсутність тривалої історії існування бірж і про високий ступінь комп'ютеризації операцій.

Виходячи з вищевикладеного, можна виділити групи переваг і недоліків, що характеризують розвиток ТОІ РЦП Західної Європи і країн ЦСЄ (див. таблицю 1).

У результаті можна зробити висновок, що ТОІ обох регіонів мають свої особливості, обумовлені такими факторами, як історія їхнього формування і розвитку, традиції, законодавство і т. д. При цьому ряд родових факторів розвитку пояснюється сильним впливом елементів ТОІ ЄС на становлення РЦП країн ЦСЄ в перехідному періоді від економіки командного типу до

ринкової економіки. Крім того, існує яскраво виражене тяжіння в розвитку української ТОІ до загальноєвропейських тенденцій. Такі аспекти, як слабкий розвиток технологій на українських фондових біржах, відсутність тенденцій до їх внутрішньої інтеграції та зменшення кількості організаторів торгівлі цінними паперами, відсутність універсалізації, широке використання інсайдерської інформації, можуть бути вирішені, на нашу думку, лише за допомогою використання європейського досвіду та капіталу. Подібні проблеми раніше спостерігалися на всіх РЦП країн колишнього СРСР. Наприклад, в балтійському регіоні вони були вирішені шляхом інтеграції Вільнюської, Ризької та Таллінської фондових бірж до NASDAQ OMX (даному концерну належить 93, 93 та 62 % відповідно): в результаті відбулося створення прозорого, високотехнологічного РЦП.

Таблиця 1

Переваги і недоліки сучасних тенденцій розвитку ТОІ ЄС і країн ЦСЄ

	Переваги	Недоліки
Європейський Союз	Розвинена банківська система	Низька прозорість ринку
	Створення мега-бірж	Широке використання інсайдерської інформації
	Універсалізація бірж	Високі операційні витрати на покупку і продаж акцій
	Використання наукомістких технологій, хоча і запозичених	Зіткнення національних інтересів
	Відсутність обмежень для іноземних інвесторів	Слаборозвинена національна система інституціональних інвесторів
ЦСЄ	Досить розвинена база законодавства щодо інституціональних інвесторів	Відсутність тривалої історії розвитку
	Універсалізація банків	Низький рівень капіталізації
	Використання наукомістких технологій	Висока частка спекулятивних іноземних інвесторів
	Відсутність обмежень для іноземних інвесторів	Наявність на деяких ринках невеликої кількості інструментів

Головною проблемою інтеграційних процесів українського РЦП є дуже незначний обсяг організованого сегменту ринку. Тому постає питання, яким чином інтегрувати неорганізовану частку ринку при відсутності ефективних механізмів. На наш погляд, ця проблема має вирішення. Відповідно до загальних інтеграційних тенденцій, що спостерігаються в інших фінансових секторах (інтеграція банківського, страхового сектора та ін.), на першому етапі відбувається інтеграція лідерів сектору. Тобто інтеграція провідної української фондової біржі, зміна на ній правил торгів, електронних систем, вимог до емітентів та брокерів та, як наслідок, зростання якості обслуговування клієнтів, якості цінних паперів, що предаються, мінімізація ризиків та наявність доступу на закордонні РЦП призведе до зростання зацікавленості як емітентів, інвесторів, так і брокерів до діяльності в саме організованому РЦП. Тоді другим етапом інтеграції української ТОІ стане інтеграція вже торговців цінними паперами, їх адаптація до нових умов здійснення операцій на РЦП України.

Список використаної літератури

1. Бардакова А. В. Проблема интеграции Украины в мировой фондовый рынок // Діловий вісник. — 2005. — № 12(139). — С.7.
2. Бей О. Теоретичні підстави міжнародної інтеграції. — Мюнхен: Український вільний університет, 2005. — 80 с.
3. Думная Н. Н., Петров М. А., Формирование международных интегрированных рынков в условиях глобализации: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: // http://www.mirkin.ru/_docs/_dumnaya/integro.pdf
4. Миркин Я. М. Интеграция финансовых рынков СНГ: механизм ускорения // Финансовая академия при Правительстве РФ, 2006: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/articles06-001.pdf
5. Рубцов Б. Б. Современные фондовые рынки: [учебное пособие для вузов] / Б. Б. Рубцов. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 926 с.
6. Тігіпко С. Л. Інтеграційний розвиток української економіки в умовах глобалізації фінансових ринків. — Суми: ВПП «Мрія-1» ЛТД; УАВС, 2004. — 36 с.
7. Котляров С. Л. Фондові ринки країн, що розвиваються, в умовах інтернаціоналізації та глобалізації // Ринок цінних паперів України / Щомісячний науковий, виробничо-практичний журнал. — 2004. — № 1, 2. — С. 7–18.
8. Собкевич О. В. Розвиток фондового ринку як фактор підвищення інвестиційної привабливості економіки України для ЄС // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. — К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2007. — Вип. 66, ч. 1. — С. 190–194
9. The European Banking Federation Statistics: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ebf-fbe.eu/index.php?page=statistics>
10. Річні звіти Національного Банку України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bank.gov.ua>
11. Campa J. M., Hernando I. M&A performance in the European financial industry. — April 2005: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://papers.ssrn.com>
12. Bank for International Settlements 70th Annual Report. — Basel: Bis, June 2000, — 134 p.
13. Bierley C. Financial Markets and Institutions in the Era of Euro. London: Datamonitor Plc.: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bankmergers.ru/history>
14. European Banking Federation. Annual reports: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ebf-fbe.eu>

О. В. Копылова

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ
РАЗВИТИЯ ФОНДОВЫХ РЫНКОВ ПОСТСОЦИАЛИСТИЧЕСКИХ
СТРАН В УСЛОВИЯХ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

Резюме

Проанализированы основные общие черты и различия функционирования элементов торгово-организационной инфраструктуры (ТОИ) фондовых рынков стран Западной и Центрально-Восточной Европы. Выделены преимущества и недостатки современных тенденций развития ТОИ указанного региона. Сделаны выводы относительно склонности украинского рынка ценных бумаг к континентальной модели и сформулированы главные препятствия к его интеграции в общеевропейский рынок

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, интеграция, инфраструктура, фондовая биржа, торговец ценными бумагами, инвестиции.

O. V. Kopylova

Odessa I. I. Mechnikov National University

**COMPARATIVE ANALYSIS OF MODERN TRENDS
IN POST-SOCIALIST COUNTRIES STOCK MARKETS
IN TERMS OF EUROPEAN INTEGRATION**

Summary

The main similarities and differences in functioning of elements of stock markets commercial and institutional infrastructure (TOI) in Western and Central-Eastern Europe are analyzed. The advantages and disadvantages of TOI modern trends of this region are dedicated. Conclusions concerning to gravity of the Ukrainian securities market to continental model are made and the main obstacles to its integration into European market are formulated.

Key words: the stock market, integration, infrastructure, stock exchange, securities trading, investment.

УДК 334.726:332.1

Д. А. Кузин

НИУ Высшая Школа Экономики, Россия

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИБЫЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ

Целью исследования является поиск путей повышения эффективности компаний в результате оптимизации клиентской базы. Исследование прибыльности клиентов осуществлялось методом учета затрат по видам активностей. Даны практические рекомендации по классификации и управлению клиентами различной степени прибыльности.

Ключевые слова: прибыльность, клиенты, затраты, активности, управление клиентами.

Основным показателем успеха коммерческой компании на конкурентном рынке является максимизация прибыли и стабильный рост рыночной стоимости на длительном интервале времени.

Управление взаимоотношениями с клиентами на основе их прибыльности представляет интерес для стремящейся к успеху компании, независимо от выбора базовой стратегии создания устойчивых конкурентных преимуществ.

По мнению П. Друкера, выживание и сама причина создания коммерческих субъектов зависят от умения находить потребителя для своей деятельности и удовлетворять запросы такого потребителя [1].

В практике успешных компаний одним из аспектов рыночной стоимости бизнеса выступает поток будущей прибыли, получаемой в рамках полной прибыли от клиента. Взгляд на клиентов как на бизнес-актив стимулирует компанию наращивать этот бизнес-актив, а тем самым — и свою рыночную стоимость [2].

Подход во взаимоотношениях к клиентам как к бизнес-активам отражает современные тенденции перехода от нацеленного на достижение краткосрочных целей транзакционного бизнеса к клиенто- и социально-ответственному бизнесу, ориентированному на долгосрочную перспективу.

С другой стороны, при изучении прибыльности клиентов часто обнаруживается, что развивать долгосрочные взаимоотношения экономически целесообразно не с каждым клиентом. Некоторые клиентские сегменты не оправдывают вложений, необходимых для развития отношений в сторону продвижения по «лестнице лояльности» и оказываются так называемыми «наемниками» с невысоким уровнем лояльности, высокими издержками в обслуживании, привлечении и удержании [2].

Как отмечают Р. Каплан и Д. Нортон, для компании важен не просто довольный покупатель, ей нужен выгодный покупатель. Такой финансовый показатель, как прибыльность клиента, позволяет компании стать

ориентированной на потребителя, а не одержимой идеей привлечения как можно большего их числа [3].

Анализ прибыльности клиентов входит в составляющую бизнес-процессов сбалансированной системы показателей, его применение позволяет компании совершить один из начальных шагов по усовершенствованию бизнеса, в дальнейшем переходя к применению современных систем управления.

Целью исследования является изыскание внутренних резервов компании путем оптимизации клиентской базы, что не только должно благотворно отразиться на количественном увеличении прибыли компании, но и будет способствовать качественному улучшению её управляемости.

Объектом исследования являются российские и зарубежные компании, обслуживающие только региональные или региональные и международные рынки одновременно.

Исследование прибыльности клиентов осуществлялось методом учета затрат по видам активностей (ABC — Activity based costing). Анализ по указанной методике позволяет получить более точную информацию о распределении затрат по клиентам и выявить факторы, заставляющие некоторых клиентов становиться более или менее дорогостоящими в обслуживании.

Учет по видам активности является специфическим методом уточнения существующей системы учета. Он уделяет внимание видам активности (функциям или работам) как основе стоимости объекта затрат. ABC использует стоимость активностей как базу для назначения затрат на другие объекты, такие как изделия, услуги или потребители.

Система учета затрат по активностям подчеркивает необходимость лучшего понимания накладных расходов и поэтому уточняет причины возникновения этих расходов и их связь с объектом затрат.

Система ABC предполагает, что затраты вызваны деятельностью — активностью, а объекты затрат — в данной работе речь идет о клиентах компании — создают спрос на активности.

Структурно система ABC, применительно к оценке прибыльности клиентов, включает следующие ступени:

1. Определение перечня и последовательности активностей, связанных с обслуживанием клиента;

2. Расчет потребления активностями ресурсов, отраженных в денежном выражении на счетах бухгалтерского учета, определение стоимости активностей как объектов затрат;

3. Выбор и расчет стоимости «носителей затрат» от активностей к клиентами, отражающих степень потребления ресурсов клиентами;

4. Расчет стоимости и прибыльности клиентов как объектов затрат.

Основной проблемой, с которой сталкивается компания, желающая выполнить ранжирование клиентов по операционному доходу, является сложность распределения косвенных затрат на клиентов методом ABC из-за недостатка информации по количеству носителей затрат или сложностью в определении вида носителя.

В подобных исключительных случаях, в качестве дополнения к методу ABC, может быть использован разработанный и апробированный нами метод распределения косвенных затрат с помощью экспертных оценок [4]. Результат распределения административных затрат по видам активностей представлен в таблице 1.

Сущность метода заключается в непосредственной балльной оценке менеджерами структурных подразделений компании степени расходования ресурсов подразделения (не обязательно материальных) на того или иного клиента, продукт или процесс.

Для того, чтобы избежать субъективности, состав экспертов должен быть разнородным и количество должно быть не менее 7–10 человек. Итоговая балльная оценка по i -му потребителю (M_i) вычисляется по формуле:

$$M_i = \frac{\sum_{j=1}^n m_j r_j}{n},$$

где m_j — оценка эксперта j , балл;

r_j — коэффициент значимости оценки (рейтинг эксперта j), от 0 до 1;

n — количество экспертов.

Данная методика прошла апробацию в нескольких российских и зарубежных компаниях. Например, в компании оптовой торговли (Нидерланды) при анализе прибыльности клиентов были выявлены три основных совокупности косвенных затрат: маркетинг, погрузочно-разгрузочные работы и транспортные расходы. При известном для каждого из 196 клиентов количестве прямых затрат (стоимости реализованной продукции) косвенные затраты распределились согласно сумме баллов от 0 до 20, выставленной каждому клиенту менеджерами отдела маркетинга, склада и транспортного цеха. Критерием оценки являлись как качественные (например, специальные требования к упаковке), так и количественные (дальность доставки, количество заказов, размер партий и т.п.), определяемые спецификой отдела.

После статистической обработки результатов был получен средний балл по каждому клиенту и общая сумма баллов по видам активностей, определяющих наибольшую долю косвенных затрат компании.

Операционный доход по каждому клиенту определялся как разность выручки и валовых затрат, включающих в себя известные суммы прямых издержек и распределенные методом балльных оценок суммы косвенных затрат, накопленных по видам активности: маркетинг, складирование и погрузка, доставка.

Ранжирование клиентов по операционному доходу позволило выявить следующие группы клиентов по доле совокупного процента операционного дохода: А — до 80 %, В — от 80 % до 95 %, С от 95 % — до 100 % и D — клиенты убыточные. Далее клиенты классифицировались по соотношению операционного дохода от клиента к операционным затратам на его обслуживание. Высокоприбыльные клиенты с низкими затратами на обслуживание условно были названы — «пассивные», с высокими —

«здоровомыслящие». Низкоприбыльные и убыточные клиенты с низкими затратами на обслуживание условно назывались — «дешевыми», с высокими — «агрессивными» [5].

В ходе исследования возникла необходимость учета альтернативных издержек, связанных с определенными потребителями, например, допускающими срыв сроков оплаты счетов и создающими избыточные запасы на складах исследуемых компаний. В качестве решения предлагается введение дополнительных видов активностей, таких как «предоставление товарного кредита» и «обслуживание товарного запаса», с соответствующим определением стоимости этих активностей, базирующемся на расчете упущенной выгоды (таблица 1, 2).

Таблица 1

Распределение административных расходов по видам активностей методом балльных оценок

Активность	Балл	Сумма, у.е.
Получение заказа	3	496
Маркетинг	5	827
Реклама	1	165
Обработка информации	2	331
Складские операции	4	661
Хранение товара	3	496
Товарный запас	5	827
Закупка товара	4	661
Доставка по городу	1	165
Доставка за город	1	165
Предоставление товарного кредита	2	331
Всего	31	5125

В результате первой стадии ABC-анализа были выявлены активности, связанные с обслуживанием клиентов, и используемые ими ресурсы, в соответствии с таблицей 2.

Анализ полученных результатов для российских компаний выявил, что активности «Хранение товара», «Товарный запас», «Складские операции» являются самыми ресурсоемкими. Издержки на указанные «внутренние» виды активности, по нашим наблюдениям, составляют до 70 % от общей суммы затрат, связанных с обслуживанием клиента. Данные виды активностей, с точки зрения клиента, не добавляют «полезности» к товарам и услугам компании. В то же время, для российских компаний, работающих на внутреннем рынке, затраты на виды активности, добавляющие «полезность» для клиента, относительно невелики, например, относительная доля затрат на маркетинг в среднем не превышает 20 %, а на транспортировку — 10 %.

Характерной особенностью зарубежных и российских компаний, осуществляющих поставки на международные рынки, является значительное снижение доли «внутренних» операционных затрат, связанных непосредственно с грузопереработкой внутри компании (не более 22 %) и увеличение относительной доли затрат на маркетинг (до 40 %) и транспорт (до 38 %).

Таблица 2
 Распределение ресурсов по активностям российской компании оптовой торговли, обслуживающей региональный рынок

Статьи затрат, у.е.	Активности										
	Получение заказа	Маркетинг	Реклама	Обработка информа- ции	Складские операции	Хранение товара	Товарный запас	Закупка товара	Доставка по городу	Доставка за город	Товарный кредит
Труд	877	635		499	1627			907	211		
Помещение	325	236		49	113	2668		130			
Оборудование	96	70		68	121			68	54		
Связь	26	60		43	14			191			
Эксплуатационные расходы					165	151			225		
Транспорт и командировки		148									
Услуги по рекламе			816								
Охрана						156					
Запасы							1067				
Наемный автотранспорт										439	
Кредит											597
Административные расходы	496	827	165	331	661	496	827	661	165	165	331
Всего затрат	1820	1976	981	990	2701	3471	1894	1957	655	604	928
Относительная доля	10 %	11 %	5 %	6 %	15 %	19 %	11 %	11 %	4 %	3 %	10 %

Для повышения общей рентабельности компаний, обслуживающих внутренние рынки, целесообразно направить усилия, в первую очередь, на сокращение размера товарного запаса и снижение затрат по видам активностей, не добавляющим «полезности» для клиента за счет:

- повышения надежности поставок
- сокращения сроков поставок
- поставок точно в срок
- прямых поставок товара клиенту без разгрузки товара на складе.

Для компаний, работающих на глобальных рынках, критическим является снижение транспортных затрат в результате:

- внедрения инновационных способов организации распределительных сетей и способов транспортировки
 - «отложенной кастомизации» товаров и услуг
 - оптимизации партий отгрузки и маршрутов доставки
 - оптимизации размещения логистических подразделений
 - применения RFID технологий и т.п.

Сокращение транспортных затрат в данном случае может привести к увеличению затрат, связанных с обслуживанием товарных запасов. Нахождение оптимального решения представляет объект дальнейших исследований.

На втором этапе ABC-анализа объектом учета является клиент или группа клиентов компании. Для распределения затрат на клиентов необходимо определить носитель затрат (Cost driver). Носителем затрат является количественный показатель, с помощью которого определяется величина использованных ресурсов по активностям. Этот показатель должен быть легко измеряемым, понятным исполнителям данной активности и отражать причинно-следственную связь между величиной показателя и величиной затрат по активности. Изменение количества (замена) носителя затрат должно приводить к изменению общей стоимости связанного с ним объекта затрат.

Для определения носителей затрат по видам активностей были проведены совещания с руководителями подразделений компаний и операционными менеджерами, также учитывалось наличие доступных данных в информационной системе и журналах учета, отражающих использование ресурсов клиентами компании.

Результаты исследования показали, что управленческие решения операционных менеджеров, имеющих многолетний практический опыт по определенным видам активностей, являются наиболее оптимальными при условии своевременной и объективной мотивации.

Рассчитанные ставки носителей затрат (таблица 3) могут служить показателями работы операционных менеджеров, ответственных за ту или иную активность. Любое отклонение в большую сторону от бюджетных ставок может свидетельствовать о превышении затрат по данному виду активности или снижению эффективности использования носителя с последующим негативным откликом в системе мотивации персонала.

Данный принцип «декомпозиции» ответственности по видам активности с построением саморегулирующейся системы с обратной связью реко-

мендован к внедрению и успешно применяется при работе с клиентами как в российских, так и в зарубежных компаниях [5].

Дальнейшим развитием управления затратами по видам деятельности при работе с клиентами может быть разработка бюджета всей компании по видам активностей Activity Based Budgeting (ABB) с преобладанием «тянущих» (pull) процессов, ориентированных на потребительские предпочтения сегмента прибыльных клиентов.

Таблица 3

Расчет ставок носителя затрат при распределении затрат с активностями на клиентов (пример региональной аптечной сети)

Активности		Носители (факторы) затрат		
Наименование	Валовые затраты, у.е.	Единица измерения	Количество единиц	Ставка на единицу, у.е.
Связь с клиентами	635	звонок	803	0,79
Визиты к клиентам	1503	визит	520	2,88
Обеспечение поступления заказов	2615	заказ	622	4,2
Доставка товара	1515	условный километр	19467	0,08
Предоставление товарного кредита	2391	1 у.е. среднемесячной дебиторской задолженности	117126,94	0,02
Поддержание складского остатка	2012	1 у.е. потенциального среднемесячного оборота клиента	26393,5	0,0008
Набор заказа для доставки	1446	отгруженная единица	89078	0,016

По нашему мнению, бюджетирование по видам активностей дает возможность акцентировать внимание на повышении эффективности выполнения внутренних бизнес-процессов, добавляющих «полезность» выгодным клиентам, и сокращать затраты на активности, связанные с обслуживанием клиентов убыточных и бесперспективных.

Например, по результатам наших исследований, прибыльными клиентами компании могут быть не более 15 % от общего числа. Постановка в качестве основной цели — повышение степени лояльности данной узкой категории клиентов — позволяет повысить эффективность использования маркетинговых ресурсов до 300 % и, в большинстве случаев, передать функции маркетинга на аутсорсинг.

Наши наблюдения свидетельствуют, что применение методики ABB пока не получило широкого распространения в российских компаниях, во-первых, из-за неизвестности этого метода для большинства руководителей компаний, во-вторых, из-за отсутствия отработанной технологии внедрения и программных средств поддержки. Каких-либо преград, связанных с особенностями работы компании на региональных или международных рынках, выявлено не было.

Согласно нашим данным, полученным в ходе исследования прибыльности потребителей голландской компании оптовой торговли, оперирующей на европейском и азиатском рынках: 80 % операционного дохода приносят только 12 % клиентов компании, оставшиеся 20 % операционного дохода приносят 40 % клиентов, а 48 % клиентов убыточны.

Характерной особенностью является то факт, что все международные, значимые для данной компании партнеры, являются прибыльными и приносят совокупно 15 % операционного дохода, составляя только 2 % от общего числа клиентов, а убыточными оказываются мелкие региональные клиенты, работа с которыми ускользает из поля зрения менеджеров.

В подтверждение наших результатов, по данным исследований одного из зарубежных консалтинговых агентств, для английских международных компаний также характерна аналогичная картина [6]:

- 5–15 % клиентов приносят 100 % чистой прибыли;
- Около 50–60 % клиентов убыточны, потребляя при этом 25–55 % ресурсов компании;
- 25–45 % клиентов приносят всего 1–5 % средств, вырученных от реализации товара, и потребляют при этом до одной трети всех доступных ресурсов;
- Самый крайний (и менее типичный) случай — это когда очень небольшие неприбыльные клиенты поглощают больше ресурсов, чем все прибыльные клиенты вместе взятые, притом, что продавцы затрачивают на этих клиентов то же время, что и на прибыльных.

Наше исследование прибыльности потребителей российских компаний оптовой торговли, оперирующих только на региональных рынках, показывает, что 80 % операционного дохода приносят 8 %–10 % от общего числа клиентов, еще 20 % операционного дохода приносят 20 %–30 % оставшихся клиентов, а 60 %–80 % клиентов убыточны.

Существенным отличием российских региональных поставщиков от зарубежных компаний и российских компаний, имеющих зарубежных клиентов, является наличие небольшого (до 2 %) количества «крупных» убыточных клиентов с большим оборотом и потребляющих ресурсы компании в количестве, сопоставимом (а в некоторых случаях и превосходящем) по стоимости с операционным доходом, заработанным компанией в результате обслуживания остальных 98 % клиентов (таблица 4).

Причина возникновения подобного наблюдения обусловлена высоким уровнем монополизма оптового рынка России и низкой фрагментарностью цепочек поставок, элементы которых часто принадлежат одному владельцу. Наши оптимизационные расчеты и практические наблюдения показывают, что в компаниях, обладающих рыночной властью и способных влиять на цены на оптовом и розничном рынках, выгоднее, с точки зрения максимизации прибыли, зарабатывать прибыль на последних звеньях принадлежащей данной компании цепочке поставок (розничная торговля), оставляя неприбыльными предыдущие звенья (производство и оптовую торговлю).

Таблица 4

Расчет операционного дохода 643 клиентов торгового дома (фрагмент)

Клиент	Операционный доход, р.	Совокупный операционный доход, р.	Процент совокупного операционного дохода, %	Примечание
2	4 960 700	4 960 700	28,4	
1	1 774 285	6 734 985	38,5	
480	532 675	7 267 660	41,5	
263	498 993	7 766 653	44,4	
520	322 414	8 089 067	46,2	Кремль
529	304 957	8 394 024	48,0	
29	243 336	8 637 360	49,4	
371	225 502	8 862 862	50,7	
...
522	2 140	17 476 228	99,9	Дети
353	2 140	17 478 368	99,9	
67	2 015	17 480 383	99,9	
357	1 745	17 482 128	99,9	
640	1 531	17 483 659	100,0	
625	1 408	17 485 067	100,0	
493	1 249	17 486 316	100,0	
377	893	17 487 209	100,0	
23	836	17 488 045	100,0	
618	664	17 488 709	100,0	
72	588	17 489 297	100,0	
266	532	17 489 829	100,0	Дети
...
178	-29 830	13 834 802	79,1	КОпт
380	-30 132	13 804 670	78,9	
432	-31 243	13 773 427	78,7	
141	-44 904	13 693 964	78,3	
505	-46 121	13 647 843	78,0	
391	-47 026	13 600 817	77,8	
449	-78 820	13 521 997	77,3	
407	-128 723	13 393 273	76,6	
499	-178 764	13 214 509	75,5	
267	-220 633	12 993 876	74,3	
418	-323 976	12 669 900	72,4	
368	-431 796	12 238 105	70,0	
259	-436 044	11 802 061	67,5	
408	-526 352	11 275 709	64,5	
54	-606 999	10 668 709	61,0	КОпт
63	-607 528	10 061 181	57,5	
386	-698 042	9 363 140	53,5	КОпт
573	-759 964	8 603 176	49,2	
79	-1 795 047	6 808 128	38,9	КОпт
394	-1 814 698	4 993 430	28,5	КОпт
379	-5 407 675	-414 244	2,4	КОпт
ИТОГО	-414 244	17 491 524		

Условные обозначения: КОпт — крупный оптовик; Дети — поставщик детских учреждений; Кремль — поставщик правительственных учреждений.

Вовлечение подобных компаний в процесс глобализации будет способствовать дефрагментации цепочек поставок, уменьшению диспропорции распределения добавленной стоимости в цепи поставок и увеличению прибыли отдельных участников.

В децентрализованной цепочке поставок отказ от убыточных клиентов является радикальным средством повышения общей рентабельности компании.

Например, в рассмотренном выше случае, наиболее убыточный клиент № 379 — крупный оптовик, приносит 14 % от всей выручки торгового дома, но этот клиент имеет негативную рентабельность по валовой прибыли — 1 % за счет чрезмерной суммы скидок, полученных за год и негативную рентабельность по операционному доходу — 6,3 % за счет высоких затрат на обслуживание. Доля затрат на обслуживание на этого клиента составляет 11,2 % операционных издержек торгового дома.

Отказ от наиболее убыточного клиента принесет в данном случае для торгового дома 3 795 867 р. дополнительного операционного дохода и является оправданным шагом. Результаты расчета по двум альтернативам приведены в таблице 5.

Таблица 5

Расчет финансовых показателей альтернативных вариантов управления клиентом № 379

Показатели торгового дома	Без 379 клиента, р.	С 379 клиентом, р.
Чистая выручка	543 551 930	629 402 453
Себестоимость реализованной продукции за год	502 591 838	589 307 625
Валовая прибыль	40 960 092	40 094 828
Операционные издержки	37 578 396	40 509 000
Всего затрат	540 170 235	629 816 625
Операционный доход	3 381 696	-414 172

Вместе с тем, отказ от убыточных клиентов не всегда выгоден в краткосрочной перспективе, что часто подтверждается традиционными экономическими расчетами, в случае, если мощности компании не будут перераспределены на перспективных клиентов. Наш опыт свидетельствует, что, например, увеличение маркетинговой активности и размера товарного кредита увеличивает объем отгрузки клиентам, выгодным компании на долгосрочной перспективе.

Предлагается саморегулирующаяся система выставления клиентам подробных, «справедливых» счетов, в которых детально по видам активностей указаны все затраты (в том числе, и альтернативные издержки), носители затрат и ставки на единицу носителя.

Получив «справедливый» счет, клиент на следующий период будет пытаться избежать дополнительных затрат на оплату активностей компании, не приемлемых для данного клиента по критерию «затраты/польза», за счет снижения количества используемых им носителей затрат. Следовательно, клиент не только сократит свои затраты, но и будет произвольно

способствовать более эффективному использованию мощностей компании и усовершенствованию внутренних бизнес-процессов. Лучшая координация между компанией и ее клиентами будет иметь эффект снижения затрат на обслуживание и является взаимовыгодной.

В противном случае, если клиент не способен или не желает менять свою политику, чтобы понизить затраты на обслуживание, компания может предпринять собственные действия для увеличения своих доходов.

Например, компания может рассмотреть изменение методов ценообразования, понижая скидки или добавляя наценки за специальные услуги и особенности работы с клиентом.

Принятие решения об отказе от дальнейшего сотрудничества с неприбыльным клиентом носит индивидуальный характер и должно основываться не только на количественных показателях, но и на качественных характеристиках каждого клиента.

Первой качественной характеристикой должна стать продолжительность сотрудничества с клиентом.

Для большинства исследованных компаний свыше 80 % убыточных клиентов имеют продолжительность сотрудничества с компанией до 1 года.

Нельзя забывать, что для привлечения этих клиентов были понесены значительные расходы, некоторые из них могут быть относительно плохо знакомы с компанией и отказ от них будет неправильным управленческим решением, по крайней мере, в течение первых двух лет сотрудничества.

Другим качественным критерием для принятия управленческого решения об отказе от нерентабельных клиентов может быть их престижность, которая не может быть количественно определена стоимостью обслуживания по модели ABC.

В рассмотренном выше примере (таблица 4) присутствует прибыльный клиент № 368 — поставщик правительственных учреждений, а также клиенты — поставщики детских учреждений (№ 137, № 266, № 438, № 439, № 511, № 522), часть из которых убыточна. В действительности, как постоянный поставщик таким престижным клиентам, торговый дом получает труднооценимые в денежном выражении выгоды, и мы не рекомендуем от них отказываться. Убыток от этих клиентов можно интерпретировать как элемент рекламных расходов или затрат на продвижение бренда. Эти затраты представляют цену установления репутации и доверия к компании и должны быть распределены на всех остальных клиентов.

Результаты исследования показывают, что выход компании на международные рынки позволяет максимально сократить количество убыточных клиентов.

Подобное заключение может быть обусловлено более логичной системой скидок при индивидуальной работе с ключевыми зарубежными партнерами, наличием международных тарифов на виды деятельности, связанные с обслуживанием клиентов, а также большей прозрачностью и аккуратностью платежей в стремлении участников сделки соответствовать строгим стандартам отношений на высококонкурентном международном рынке.

Анализ клиентов в рамках диаграммы «операционный доход — затраты на обслуживание» показывает, что у компаний, обслуживающих региональные рынки, отсутствуют так называемые «здравомыслящие» или «требовательные» клиенты. Подобные высокозатратные по обслуживанию клиенты могут быть выгодными, если операционный доход, заработанный на продажах этим клиентам, больше, чем стоимость всех ресурсов, развернутых для этих клиентов. Для компаний, работающих на международных рынках, характерно наличие подобной категории клиентов и это, как правило, зарубежные партнеры.

От подобных клиентов, требующих высокого качества обслуживания, может быть получена не только краткосрочная финансовая выгода. Рабочие отношения с такими клиентами обеспечивают возможность изучения передового опыта.

Таким образом, затраты, понесенные в поиске и удовлетворении требований «здравомыслящих и требовательных» зарубежных клиентов, могут рассматриваться как затраты модернизации производства и логистических процессов, которые могут быть применены ко всем клиентам компании в будущем.

Дальнейший анализ результатов исследований показал, что для компаний, имеющих потребителей на локальных рынках (город, район), число убыточных клиентов достигает максимальных значений, по сравнению с компаниями, работающими в российских регионах от федерального округа включительно.

По нашему мнению, такое положение дел обусловлено существующей системой скидок от объема, ошибочным субъективным восприятием важности (престижности) отдельных клиентов и коррупцией.

На региональных рынках часто оказывается, что максимальные скидки получают клиенты из категории «агрессивных» (к которым относятся крупные, «престижные» клиенты).

При сравнении данных по активности «обслуживание дебиторской задолженности» на клиентов разных групп можно сделать вывод, что «агрессивные» клиенты, как правило, наиболее убыточны по данному показателю.

Следовательно, пересмотр системы скидок и предоставление максимальных скидок клиентам категории «пассивные», имеющих высокий операционный доход и низкие затраты на обслуживание, должны благоприятно отразиться на величине прибыли компании.

Таким образом, несмотря на выявленные в ходе исследования различия в полученных результатах для российских и зарубежных компаний, методика анализа прибыльности потребителей является универсальной для компаний, обслуживающих как региональные, так и международные рынки. При этом могут быть сделаны следующие основные выводы:

- Выход компании на международные рынки способствует улучшению качества и сбалансированности клиентской базы за счет снижения доли убыточных клиентов и повышения доли клиентов с высокими требованиями к качеству обслуживания.

- Анализ прибыльности клиентов актуален как при сохранении существующей клиентской базы, позволяя удерживать и развивать отношения с наиболее прибыльными для компании клиентами, так и при привлечении новых, потенциально прибыльных клиентов.

- Анализ прибыльности клиентов может включать в себя оценку текущей и долгосрочной прибыльности клиента (клиентского сегмента). Целесообразность применения концепции долговременной прибыльности клиента зависит от отраслевой принадлежности бизнеса и является предметом дальнейших исследований.

- Текущая прибыльность клиента является показателем, определяющим выгодность для компании сотрудничества с данным клиентом и, в совокупности с оценкой некоторых других факторов, позволяет оценить, каким образом развивать сотрудничество (или прекратить сотрудничество) с клиентом. Анализ текущей прибыльности клиентов включает: определение дохода компании от каждого клиента, расчет операционных расходов на одного клиента с помощью метода распределения затрат по видам деятельности и метода экспертных оценок, подсчет финансового результата от сотрудничества с каждым клиентом, классификацию клиентов компании по результатам оценки прибыльности (определение высоко- и низкозатратных клиентов, прибыльных и убыточных), разработку различных программ развития взаимоотношений для разных по показателю прибыльности клиентов, прогнозирование результатов возможных управленческих решений в отношении отдельных клиентов, их влияние на финансовый результат компании.

- Принятие решения об отказе от дальнейшего сотрудничества с неприбыльным клиентом является радикальным средством повышения общей рентабельности компании и должно носить индивидуальный характер и основываться не только на количественных показателях, но и на качественных характеристиках каждого клиента: продолжительности сотрудничества с клиентом, его престижности и возможности взаимного совершенствования.

- При отказе от убыточного клиента у компании появляется резерв мощности, который должен быть использован в интересах других клиентов, прибыльных на долгосрочном интервале времени.

- Выставление клиентам «справедливых» счетов, в которых детально по видам активностей указаны все затраты (в том числе, и альтернативные) улучшает взаимовыгодную координацию между компанией и ее клиентами.

- Принцип «декомпозиции» ответственности менеджмента по видам активности с построением саморегулирующейся системы рекомендуется к внедрению как в региональных, так и в зарубежных компаниях, что будет способствовать более четкому пониманию менеджерами структуры затрат, а также норм расхода ресурсов в течение будущих периодов и позволит оценить стоимость обслуживания существующих и привлечения новых перспективных клиентов. При этом бюджетные показатели должны определяться потребностями ключевых прибыльных клиентов компании.

- Для повышения общей рентабельности компаний, обслуживающих внутренние рынки целесообразно направить усилия в, первую очередь, на

сокращение размера товарного запаса и снижение затрат по видам активностей, не добавляющим «полезности» для клиента.

• Для компаний, работающих на глобальных рынках, критическим является снижение транспортных затрат в балансе с затратами на обслуживанием товарных запасов.

Список использованной литературы

1. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента. — М.; СПб.; К.: Вильямс, 2009. — 397 с.
2. Пэйн Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов. — Минск: Гревцов Паблишер, 2007. — 373 с.
3. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 294 с.
4. Кузин Д. А. Метод определения прибыльности клиентов с распределением косвенных затрат по их обслуживанию с помощью экспертных оценок (информ. листок) / ЦНТИ. — Н. Новгород, 2002. — № 11.
5. Кузин Д. А., Баляева Е. М. Оценка прибыльности клиентов // Новости маркетинга. — 2006. — № 7. — С. 33–38.
6. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.unity-solutions.co.uk/somefacts.htm>

Д. О. Кузін

НДУ Вища Школа Економіки, Росія

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПРИБУТКОВОСТІ КЛІЄНТІВ РЕГІОНАЛЬНИХ І МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

Резюме

Метою дослідження є пошук шляхів підвищення ефективності компаній в результаті оптимізації клієнтської бази. Дослідження прибутковості клієнтів здійснювалося методом обліку витрат по видах активностей. Дані практичні рекомендації по класифікації і управлінню клієнтами різної міри прибутковості.

Ключові слова: прибутковість, клієнти, витрати, активності, управління клієнтами.

D. A. Kousin

NIU Higher School of Economy, Russia

COMPARATIVE ANALYSIS OF PROFITABILITY OF CLIENTS OF REGIONAL AND INTERNATIONAL COMPANIES

Summary

A research purpose is a search of ways of increase of efficiency of companies as a result of optimization of client base. Research of profitability of clients was carried out the method of account of expenses on the types of aktivnostey. Practical recommendations are Given on classification and management the clients of different degree of profitability.

Key words: profitability, clients, expenses, to activity, management clients.

УДК 336: 330.16: 316.422

І. А. Ломачинська

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ЯК ОСНОВА ОПТИМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

В статті досліджено сутність фінансової грамотності, її вплив на соціально-економічні процеси в умовах сучасного розвитку. Обґрунтовано інститут фінансової грамотності як основи формування фінансової культури та фінансової поведінки в трансформаційній економіці України, які й визначають кількісно та якісно фінансову активність населення.

Ключові слова: фінансова поведінка, фінансова грамотність, фінансова культура, фінансова просвіта.

Глобальна криза світової економіки виявила низку інституційних «провалів» у реалізації фінансових відносин, які в умовах стрімкого розвитку фінансових ринків стали загрозами економічної стабільності як окремої країни, так і світового господарства в цілому. Серед таких «провалів» особливої уваги заслуговують фінансова культура, фінансова просвіта, фінансова грамотність населення. Саме незадовільний рівень останньої урядом США було визнано однією з основних причин іпотечної кризи, а потім і глобальної нестабільності в цілому. На думку Джона Брайантона, віцепрезидента Ради з фінансової грамотності при Президенті США, «фінансова культура в сучасному розвинутому світі, що швидко змінюється, стала ще одним життєво необхідним елементом в системі навиків і правил поведінки. Фінансова грамотність дозволяє людині не залежати від волі інших людей, від економічної системи в цілому. Освічена людина сама обирає ті життєві шляхи, які будуть для неї найбільш привабливими, одночасно створюючи матеріальну основу для подальшого розвитку суспільства. Тобто, фінансова культура дозволить людині стати більш самостійною у своєму виборі, незалежною та вільною» [1].

Проблема фінансової культури й грамотності є актуальною не лише для України, а й практично для усіх країн світу. Вкрай яскраво це проявилось в період світової фінансово-економічної кризи, в результаті чого більшість урядів питання економічної та фінансової грамотності включило в національні стратегії соціально-економічного розвитку та фінансово-економічної безпеки, а Єврокомісія серед восьми ключових компетенцій європейця визначила підприємницьку й економічну грамотність [2, с. 17]. Міжнародне визнання потреби у підвищенні фінансової грамотності суспільства підтверджується діяльністю Організації економічної співпраці та розвитку (ОЕСР) (наприклад, безпосередньо Всесвітнього банку та ООН).

Фінансова культура суспільства — це сукупність традицій, норм, ідей, які відображають рівень фінансової грамотності, навички й поведінку лю-

дей в галузі фінансових відносин, фінансового планування й розподілу грошових коштів при існуючому рівні розвитку інфраструктури ринку, фінансових інститутів і різних цінностей фінансової сфери, що мають матеріальне втілення, й створених ціленаправленою взаємодією людей [3, с. 236]. Отже фінансова культура визначається фінансовим мисленням, яке безпосередньо залежить від рівня фінансової грамотності. Остання, в свою чергу, є результатом фінансового виховання та освіти протягом усього життя будь-якого індивіда в будь-яких соціально-економічних умовах. Фінансово грамотна людина — це людина зі сформованим економічним мисленням; вона здатна діяти в ситуації вибору, усвідомлювати власну відповідальність, розділяти суспільні цінності [2, с. 19]. Управління фінансових послуг Великої Британії (Financial Services Authority) визначає такі компоненти фінансової грамотності, як забезпечення життєдіяльності, контроль за власними фінансами, планування на перспективу, вибір фінансових продуктів, збереження обізнаності про фінансові послуги.

Висвітленню питання економічної та фінансової грамотності населення присвячено багато різноманітних досліджень, прикладних робіт, методичних розробок багатьох урядів країн світу, державних і недержавних фінансових й освітніх організацій, в тому числі, ОЕСР, ООН. Однак у сучасній вітчизняній економічній та фінансовій літературі, особливо науковій, ця проблема поки не отримала належного висвітлення.

Отже, значимість фінансової грамотності в забезпеченні стабільності фінансово-економічного розвитку, зростанні добробуту населення в умовах становлення ринкових відносин в Україні обумовлює актуальність даної проблеми в сучасній економічній теорії та практиці щодо визначення її сутності; впливу на соціальний та економічний розвиток як індивіду, так і країни в цілому; обґрунтування інституційних засад розвитку системи фінансової грамотності та її суспільного закріплення згідно умовам трансформаційного періоду. Відповідно, метою даної статті є теоретико-методологічне обґрунтування інституту фінансової грамотності як основи формування культури фінансової поведінки, яка, в свою чергу, формує фінансову активність економічних суб'єктів в умовах ринкових перетворень та глобалізаційного розвитку.

Фінансова грамотність, насамперед, визначає успішність взаємодії домогосподарств, суб'єктів господарювання з фінансовими інститутами. Тобто, в широкому розумінні, вона відображає знання про фінансові інститути та фінансові продукти; уміння їх використовувати, приймати виважені фінансово-економічні рішення у разі потреби, а також розуміння індивідами своїх дій у цій сфері. Фінансова грамотність — це поняття, що поєднує установки, знання та навички. Установки формують базис фінансової грамотності та визначають фінансову культуру (культуру фінансової поведінки), яка, в свою чергу, відображає фінансове мислення. При цьому знання і навички повинні формуватися та розвиватися на основі довгострокової стратегії життєвого циклу будь-якої людини, яка розглядається в контексті розуміння ключових фінансових понять та використання цієї інформації для прийняття виважених рішень (витрати або заощадження, вибір

фінансового інституту або продукту, заощадження та їх використання на освіту або забезпечення життя в майбутньому), що сприяють економічній безпеці та добробуту населення.

У контексті вище зазначеного, необхідні фінансові знання повинні включати: розуміння ризику та доходності, інфляції, готівкових та безготівкових розрахунків, простий та складний процент, дисконтування, механізму функціонування фінансового ринку, фінансових інститутів, юридичну і податкову відповідальність всіх учасників фінансових відносин тощо [4, с. 89]. В той же час необхідні навички — це вміння шукати та знаходити інформацію про стан та динаміку ринку, звичка відслідковувати основні його показники; вміння читати договори та розуміти їх зміст, порівнювати пропозиції різних фінансових установ, суб'єктів господарювання та оцінювати ступінь їх перспективної стабільності.

Отже, фінансову грамотність можна визначити як сукупність знань щодо законів, правил економічної та фінансової діяльності; розуміння ключових фінансових понять, а також здатність приймати на цій основі обґрунтовані рішення, здійснювати ефективні дії для реалізації життєвих цілей та планів в теперішньому та майбутньому, що, в свою чергу, забезпечить зростання добробуту населення; його фінансово-економічної безпеки; розумне споживання, споживчу здатність; незалежність; конкурентоздатність, інвестиційну активність; відповідальність, самооцінку, цілеспрямованість; економічне та соціальне включення. Таке мікроекономічне підґрунтя, в свою чергу, здатне забезпечити макроекономічну стабільність фінансової системи держави.

Дослідження сутності фінансової грамотності та узагальнення існуючих досліджень [5] дозволяє визначити такі основні її економічні функції:

- 1) оптимізація та раціоналізація використання ресурсів;
- 2) формування компетентного споживача;
- 3) стимулювання посилення безпеки, зростання продуктивності праці, зайнятості, доходів;
- 4) активізація участі населення на фінансовому ринку з функціями заощадження та інвестування;
- 5) стабілізація фінансово-економічної системи;
- 6) забезпечення фінансово-економічної відповідальності населення;
- 7) забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, прискорення науково-технічного прогресу, а, отже, й економічного зростання.

В той же час, фінансова грамотність має не лише економічне, а й соціальне та суспільне значення. Серед суспільних функцій фінансової грамотності можна визначити наступні:

- 1) удосконалення нормативно-законодавчої бази;
- 2) посилення боротьби з тіньовою економікою;
- 3) зростання довіри населення, зниження злочинності;
- 4) розвиток демократії;
- 5) зростання добробуту населення;
- 6) розвиток соціально-культурної сфери.

Соціологічні дослідження в різних країнах світу демонструють досить низький рівень фінансової грамотності населення. Так, дослідження з ініціативи фонду Merrill Lynch Foundation виявили, що лише 48 % учнів випускних класів американських шкіл можуть правильно відповісти на питання з фінансової грамотності, 42 % американських батьків ніколи не обговорюють фінансові питання зі своїми дітьми [6]. Дослідження Кембриджського університету та компанії Prudential Insurance в 2004 р. виявило, що біля 9 мільйонів учнів випускних класів британських шкіл страждають «фінансовою фобією» та остерігаються будь-якої фінансової інформації, в тому числі, й щодо стану банківських рахунків, заощаджень і страхування. За результатами опитування 57 % дорослого населення Японії не має загального уявлення щодо фінансових інструментів; більше половини дорослого населення Австралії вважають себе фінансово грамотними, але лише 4 % з них правильно відповіли на запитання, що таке складний процент [7]. В цілому, за розрахунками Світового економічного форуму, на сьогодні 4 млрд. людей у світі не мають доступу до банківської системи.

Рівень фінансової грамотності в Україні вперше оцінили маркетингова компанія InMid спільно з Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) наприкінці 2010 р. Результати [8] демонструють вкрай низький рівень фінансової культури: 43 % українців не цікавлять новини фінансового характеру, незважаючи на те, що вони живуть в умовах ринкової економіки. З тих, хто цікавиться ними, 20 % відслідковують динаміку інфляції, споживчі ціни; 10 % населення спостерігають за цінами на нерухомість та змінами в пенсійному забезпечення; 5 % відслідковують динаміку процентних ставок по кредитах, 4 % — по депозитах; по 2 % — ціни на нафту і золото, курси валют, лише 1 % — змінами котирувань та індексів на ринку капіталів. В той же час, 78 % населення користуються фінансовими послугами комерційних банків при оплаті комунальних послуг, 61 % отримують зарплату за картками, 31 % — звертаються в банк за обміном валют. Однак ці операції часто для населення є вимушеними в зв'язку з тим, що форму їх реалізації обирають підприємства, установи виходячи не з бажання індивідів, а з інтересу мінімізації власних витрат та максимізації власних вигід. Одночасно 60 % українців мають заощадження, але лише 11 % довіряють гроші банківським установам. Лише 7 % населення застрахували власне життя, 0,9 % вклали кошти в інвестиційну компанію або недержавні пенсійні фонди.

За результатами дослідження, фінансово грамотними вважають себе 65 % населення України в цілому та 55 % тих, хто проживає в східних областях (Дніпропетровська, Харківська, Донецька, Луганська). З 7 питань щодо фінансової грамоти на усі питання відповіли лише один відсоток опитуваних, на 5 — 6—22 %, на 4 — 27 %, на 2 — 3—38 %, не відповіли на жодне питання — 1—13 %, тобто більш менш грамотними є 49 % опитуваних. З 15 питань з фінансової обізнаності, на 13—15 правильно відповіли лише 1 %, на 10 — 12—2 %, на 7 — 9—38 %, на 3 — 0—44 %. Лише 7 % населення відомо, що держава гарантує вклади в комерційних банках на суму 150 тис. грн., 57 % щодо відповідальності банків, 44 % — щодо

відповідальності поручителя, 20 % — щодо вирішення конфліктних ситуацій, 31 % — щодо гарантування інвестицій, 38 % — про гарантування вкладів в кредитних спілках, 34 % — про гарантування страховки.

Найбільш фінансово грамотними в Україні виявилися студенти вищих навчальних закладів. В той же час, молодша вікова група (20–24 років) виявилася і найбільш безграмотною. На думку експертів, це свідчить про суттєве розшарування молодого покоління та підтверджує тенденцію до подальшої поляризації бідних та багатих.

Дослідження також демонструють, що в більшості випадків споживачі фінансових послуг використовують інформацію про фінансові ринки з засобів масової інформації, тематичних телепередач (67 % опитуваних), 17 % використовує Інтернет, думку знайомих ураховують 19 %. У разі вибору фінансової установи для отримання кредиту або розміщення депозиту 50 % населення орієнтується на думку близьких.

Отже, в цілому можна засвідчити досить низький рівень фінансової культури українців, що, в свою чергу, стримує залучення у фінансову систему коштів, які обертаються поза банківським сектором (174 млрд грн та 75 млрд дол. США, за розрахунками НБУ [8]); сприяє зростанню обсягу проблемних та прострочених кредитів; створює умови для фінансових зловживань та фінансової злочинності, розвитку тіньової економіки, корупції тощо.

Викликає подив позиція окремих фінансових установ, керівники яких низький рівень фінансової грамотності пояснюють недосконалістю нормативно-правової, інформаційної регламентації НБУ; низьким рівнем реальних доходів населення, політичною нестабільністю або взагалі посиляються на відсутність зв'язку фінансової грамотності населення та стійкості фінансової системи, наводячи приклад США та ЄС.

В той же час, досвід Казахстану, який реалізує національну програму підвищення фінансової грамотності протягом останніх п'яти років, демонструє, що організація «Домашньої бухгалтерії» сприяє збільшенню в 1,5 рази використання фінансових інструментів, обумовлює інтерес до підвищення освіти та активізує наявні знання, а включення в шкільну програму економіки більш ніж на 20 % підвищує якість фінансових рішень [7]. В свою чергу, прийняття Закону США «Про покращення фінансової грамотності й освіти» та створення Ради по фінансовій грамотності в 2003 р. сприяло зростанню частки приватних інвесторів на 55 %.

Світовий досвід демонструє, що формування фінансово-економічної культури населення включає такі елементи:

- 1) Формування концепції економічної та фінансової грамотності й освіти.
- 2) Визначення учасників програм фінансової грамотності та організаторів-спонсорів.
- 3) Вибір оптимальних форм, програм фінансової та економічної освіти, відповідних цільових аудиторій, джерел фінансової грамотності.
- 4) Оцінка фінансово-економічної грамотності населення та програми щодо її підвищення.

Отже, вважаємо, що концепція фінансової освіти має відповідати, перш за все, меті формування фінансової культури, основними елементами реалізації

лізації якої, на наш погляд, мають бути: підвищення обізнаності громадян про фінансові послуги; підвищення рівня їх знань й компетенцій в галузі особистих фінансів; зміни відношення громадян до фінансових інститутів, продуктів, їх фінансової поведінки; підвищення впевненості громадян в прийнятті фінансових рішень; підвищення залучення та участі громадян у використанні фінансових продуктів. В сукупності усі вони сприяють підвищенню фінансової обізнаності населення щодо фінансових інститутів, продуктів, інструментів, ринків. В подальшому це розширює та активізує участь населення в фінансових операціях, забезпечує зростання ефективності фінансових рішень. Отже, програми фінансової та економічної грамотності повинні виконувати освітню, соціальну, маркетингову роль.

Вигоди від програми фінансової грамотності розподіляються між різними групами, основними з яких є:

- Споживачі: отримують віддачу від власних коштів; захищаються від випадковостей; мінімізують ризики, надмірну заборгованість; економлять на платежах; захищаються від фінансових зловживань тощо.

- Фінансові організації, установи: зростання довіри населення до фінансової системи збільшує обсяг фінансових операцій, попит на фінансові продукти, зменшує витрати на маркетинг; зниження фінансових ризиків, проблемних операцій, фінансових втрат.

- Регулятори фінансового ринку (Центральний банк, Державна комісія з цінних паперів і фондового ринку й ін.): фінансова грамотність — це стабільність фінансової системи.

- Уряд: забезпечення економічного зростання та підвищення добробуту населення.

- Роботодавці: зниження соціального податкового навантаження, високі доходи — висока продуктивність праці.

Таким чином, основними організаторами та спонсорами програми фінансової грамотності повинні виступати як держава, так і неурядові організації, комерційні структури.

Важлива роль серед усіх інститутів відводиться державі, яка впроваджує норми та правила функціонування фінансових ринків, захисту вкладників, інвесторів тощо, координує програму фінансово-економічної грамотності з метою забезпечення економічного зростання та підвищення добробуту громадян. Найбільш поширеними державними інститутами з підвищення фінансово-економічної культури в світовій практиці є: центральні банки (Бельгія, Чехія, Польща, Угорщина, Індонезія), фінансові регулятори (США, Естонія, Ірландія, Японія, Велика Британія), організації та інститути з питань зайнятості населення (Австрія, Чехія, Франція), Міністерство освіти та освітні організації (Словаччина), різні спеціальні фонди (Південноафриканська Республіка). Одним з найбільш ефективних координаторів фінансово-економічної грамотності є центральний банк, про що свідчить приклад Польщі — лідера серед країн Східної Європи по кількості та ефективності проведення освітніх програм.

Розуміння на державному рівні потреби у розвитку фінансової культури знаходить відображення у спеціальних програмах, національних стратегі-

ях, які мають на сьогодні понад сто країн світу: Австралія, Австрія, Бельгія, Канада, Чехія, Естонія, Німеччина, США, Велика Британія, Японія, Іспанія, Ізраїль, Польща, Румунія, Словаччина, Індонезія, ПАР, Італія, Республіка Корея, Нова Зеландія, Росія, Казахстан й ін. Крім того, в окремих країнах існують спеціальні закони щодо фінансово-економічної грамотності та освіти, зокрема, в США, Великій Британії.

Одночасно проблема фінансової грамотності населення актуальна й для комерційних організацій, установ. Перш за все, це банківські установи, страхові компанії, які разом з економічно та фінансово обізнаним клієнтом розширюють доступ до фінансових ресурсів; отримують зростання попиту на фінансові продукти; знижують витрати щодо фінансових ризиків своєї діяльності. Крім того, фінансово грамотний клієнт розумно сприймає будь-які зміни в соціально-економічному, політичному, суспільному середовищі, а тому не виступає генератором нестабільності у випадку кон'юнктурних змін. В сукупності це обумовлює значимість програм фінансової грамотності, у тому числі, для банківських установ, інвестиційних та страхових компаній, приватних пенсійних фондів. Ті організації, які це розуміють, вже сьогодні пропонують окремі програми в різних формах для різних груп населення. Так, «Приватбанк» пропонує для школярів освітню програму Junior Bank, страхова компанія «Асіс Тас» — «Азбуку фінансової грамотності», АТ «Сбербанк Росії» — «Все про банк: від А до Я» для дітей 4–6 років, ОТР банк — «Програму фінансової грамотності для підприємництва». Однак, поки не можна говорити про системність, комплексність цих програм. Здебільшого вони виконують маркетингову функцію і значно менше — освітню та суспільну. Хоча можна навести приклади реалізації й соціальних проєктів, зокрема «Школа фінансової грамотності й підприємництва» для підлітків 11–15 років з дитячих будинків й шкіл-інтернатів різних міст України.

Вплив фінансової освіти на розвиток економіки та суспільства має багатогранний то суперечливий характер. Так, з одного боку, підвищення фінансової грамотності сприяє залученню населення до фінансового ринку, а з іншого, розвиток останнього супроводжується ускладненням фінансових продуктів, що, в свою чергу, не гарантує збереження фінансової стабільності в умовах зростання невизначеності фінансових та економічних рішень, а, отже, й ризиків. Саме це демонструють більшість країн світу, в тому числі, й Україна, в період 2008–2009 рр. Тому вкрай важливим є питання вибору ефективних напрямів фінансової просвіти населення, методик, способів оцінки, контролю над використанням коштів на ці цілі тощо. Крім того, необхідною умовою успіху всіх цих заходів є їх комплексність, системність, своєчасність, доступність, що можна забезпечити, як демонструє світовий досвід, завдяки впровадженню національної стратегії фінансової грамотності, в якій програми відповідають інтересам людини, а не поточним проблемам фінансової системи.

Світовий досвід також демонструє, що існує достатньо багато форм фінансової просвіти. Їх вибір визначається, перш за все, такими чинниками, як цілі та аудиторія. Умови ринкової економіки вимагають отримання фі-

нансової освіти протягом усього життя. Чим раніше діти будуть розуміти роль грошей в приватному, сімейному, суспільному житті, тим раніше будуть сформовані корисні фінансові навички. А далі «від простого до складного» за рахунок закріплення, розвитку цих навичок можна забезпечити фінансову самостійність, фінансову безпеку та добробут протягом усього життя. Вкрай важливим це питання є для людей пенсійного віку.

Отже, основними цільовими групами програм фінансової освіти є діти й школярі, молодь і студенти, дорослі, незапрацездатне населення, батьки, безробітні, малозабезпечені верстви населення, учителі, тренери, інвестори, профспілки, пенсіонери, співробітники фінансових установ. Головні три цільові групи — це школярі, студенти і вчителі, які навчають цих дітей. Однак в різних країнах щодо важливості груп існують деякі відмінності. Так, в Великій Британії особливий акцент відводиться не тільки молоді, а й розведеним, пенсіонерам, військовослужбовцям, незапрацездатним громадянам; в Південній Африці — малозабезпеченим верствам населення.

Цілі фінансових програм, як правило, визначають їх зміст та методики роботи зі слухачами. Найбільш розповсюдженими формами поширення фінансової освіти є лекції та семінари; спеціальні тренінги з теми фінансової грамотності; спеціалізовані інтернет-портали. Крім того, важливу роль відіграють тематичні вкладки в газетах, журналах, теле- та радіопрограми, думки експертів, різні види реклами, тобто співробітництво з засобами масової інформації, що, в свою чергу, вимагає високої фінансової грамотності й журналістів. Цікавим є приклад Німеччини, де Музей грошей є невід'ємною частиною інформаційної політики Дойчбундесбанку та місцем для факультативного навчання дорослих і дітей.

Популяризація фінансової грамотності відбувається і шляхом проведення за ініціативи ООН 31 жовтня Міжнародного дня економіки (збереження). 18 вересня в Ірландії організується «День фінансової грамотності», в Канаді і США «тижні фінансового планування» або «кредитні тижні», «тиждень фінансової грамотності» в Росії.

Таким чином, визначаючи важливість фінансової грамотності населення як основи фінансово-економічної безпеки, стійкого розвитку національної економічної та фінансової системи, зростання добробуту, слід розуміти, актуальність і значимість формування ефективної системи фінансової просвіти Україні [9; 10]. Однак в процесі її розробки та впровадження слід врахувати наступне. По-перше, сьогодення вітчизняна система освіти не здатна забезпечити достатній рівень фінансової грамотності внаслідок відсутності відповідних навчальних програм, викладачів та тренерів, методик. По-друге, серйозною проблемою є відсутність загальної системи координації фінансової освіти. По-третє, в Україні не створена і не підтримується система підготовки носіїв фінансової освіти. По-четверте, нерозвиненість «інституційного середовища» фінансової поведінки як сукупності «правил», які формують навички, звички людей, структурують взаємодію людей з фінансовими інститутами.

Таким чином, враховуючи вищевикладене, слід звернути увагу на необхідність посилення економічної, суспільної, соціальної ролі фінансової

культури за рахунок розширення координуючої ролі НБУ, Міністерства фінансів, Міністерства освіти і науки, молоді та спорту у формуванні комплексної системи фінансової грамотності. А основними принципами відповідної освіти мають стати: врахування сучасних тенденцій розвитку світу та країни, сприяння розвитку ділової активності; закріплення раціонального економічного мислення; створення загальної системи ділової освіти, забезпечення її відповідності економічній та фінансовій політиці держави.

Список використаної літератури

1. Виступ Дж. Брайдантона на п'ятому саміті з фінансової освіти (25–26 листопада 2008 р.) «Зниження фінансової незахищеності: вплив інновацій» («Financial Education Summit 2008») [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.financialeducationsummit.org/2008/presentations/FE%20Summit%202008%20Summary%20Day%20One%20-%20Plenary%20Panel.pdf>
2. Повышение уровня финансовой грамотности — накопление в обществе человеческого капитала. // Экономика мегаполисов и регионов. — 2010. — № 3 (33). — С. 12–21.
3. Фатихов А. И., Насибуллы Р. Т. Проблемы формирования финансовой культуры населения России сквозь призму социологических исследований // Вестник ТОГУ. — 2010. — № 2 (17). — С. 235–244.
4. Метелева Е. В. Воздействие на социально-экономическое поведение домохозяйств через взаимодействие с банковским сектором // Экономические науки. — 2010. — № 3 (64). — С. 86–89.
5. Финансовая грамотность населения как фактор экономического, финансового и социального развития // Матеріали науково-практичної конференції «Фінансова грамотність населення як фактор соціально-економічного розвитку суспільства», 10 травня 2010 р. / Науково-дослідний фінансовий інститут Державного університету Міністерства фінансів Російської Федерації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nifi-abik.ru/nifi/info/pres002.pdf>
6. Программа повышения инвестиционной культуры и финансовой грамотности населения Республики Казахстан на 2007–2011 годы. // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.fingramota.kz/>
7. Как заставить деньги населения работать на экономику? // Открытый Казахстан. — 22.03.2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.open.kg/ru/theme/analit/?theme_id=142&id=539
8. Похвальная грамота, или каков уровень финансовой грамотности украинцев // Банковские новости Украины, 13.12.2010: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://banknews.com.ua/13250.html>
9. Ломачинська І. А. Оптимізація фінансової поведінки домогосподарств у трансформаційній економіці України / І. А. Ломачинська // Економічний простір. — 2011. — № 49. — С. 141–149.
10. Ломачинська І. А. Формування фінансової поведінки вітчизняних домогосподарств у сучасних умовах розвитку національної економіки. / І. А. Ломачинська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2011. — № 3. — том 1. — С. 172–174.

И. А. Ломачинская

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

**ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ОСНОВА ОПТИМИЗАЦИИ
ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ**

Резюме

В статье рассмотрена сущность финансовой грамотности, ее влияние на социально-экономические процессы в условиях современного развития. Обоснован институт финансовой грамотности как основа формирования финансовой культуры и финансового поведения в трансформационной экономике Украины, которые, в свою очередь, определяют финансовую активность населения.

Ключевые слова: финансовое поведение, финансовая грамотность, финансовая культура, финансовое просвещение.

I. A. Lomachynska

Odessa I. I. Mechnikov National University

**FINANCIAL LITERACY AS BASIS OF OPTIMIZATION
OF FINANCIAL BEHAVIOR IN THE CONDITIONS OF GLOBAL
TRANSFORMATION**

Summary

The article explored the essence of financial literacy and its impact on socio-economic processes in a modern development. Grounded the institute financial literacy as a basis for the formation of financial culture and financial behavior in the economy of Ukraine, which determine quantitatively and qualitatively financial activity of the population.

Key words: financial behavior, financial literacy, financial culture, financial education.

УДК 658.114

Е. А. Макеева

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье исследованы особенности и направления современного международного развития экономики, приоритетного включения Украины в систему международных экономических отношений. Проведён комплексный анализ научного потенциала глобализации и регионализации экономики. Выделены основные направления институциональной политики современного развития экономики регионов Украины с учётом привлекательности экономического потенциала Причерноморья. Проанализирована методика обоснования целесообразности создания и функционирования специальных экономических зон и технопарков на примере Одесского региона.

Ключевые слова: международные экономические отношения, институционализация, глобализация, регионализация, специальные экономические зоны, технопарки.

В условиях институционализации, экономической глобализации, интернационализации хозяйственной деятельности во всех её сферах и усиления взаимозависимости национальных экономик Украина должна занять достойное место в мирохозяйственной системе, выйти на более высокий уровень в области знаний, науки, техники и производства. Основным приоритетом экономической политики Украины должно быть стимулирование производства, создание благоприятного инвестиционного климата, повышение конкурентоспособности производимых товаров, всестороннего включения экономики страны в международное разделение труда.

В процессе современного развития экономики Украины возникла необходимость формирования новых международных направлений, обеспечения устойчивого социально-экономического развития национальной экономики, что должно предусматривать становление инновационной модели развития, поддержку внедрения новых технологий в экономику Украины в тесной взаимосвязи образования, науки, производства, направленной на техническую и технологическую модернизацию экономики страны.

В начале XXI века в мировой экономике в целом наблюдается развитие институциональных систем и международно-региональных уровней, которое имеет сразу несколько измерений. Оно происходит под знаком либерализации финансовых систем и рынков в целом, всё большей мобильности капитала в условиях ускорения технологического процесса и конкурентного содействия инновациям [2, с. 18].

В научных трудах [1–7] отражено международное развитие в условиях глобализации как важное средство политики государства, воздействия на деятельность институционализации экономики, направленной на социаль-

но-экономическое развитие страны, эффективное сотрудничество, стабилизацию роста, повышение благосостояния в Украине.

Цель статьи — определение возможностей привлечения иностранных инвестиций как одного из главных международных аспектов институционализации экономики Украины, исследование направлений и приоритетов международной экономической деятельности, форм участия в европейских интеграционных процессах, повышения благосостояния в странах СНГ.

Задачи нового этапа развития Украины являются сложными и масштабными. Это — этап практической реализации сложнейших заданий долгосрочной стратегии, которая должна обеспечить основы утверждения Украины как высокоразвитой страны с конкурентоспособной экономикой. Формирующаяся реальность определяется периодом повышения благосостояния Украины, в экономике формируются предпосылки устойчивого возрастания [3, с. 31–32]. Одновременно необходимо объективно оценивать не только достижения, но и достаточно ощутимые затраты. Уменьшился экономический потенциал государства, продолжает углубляться дифференциация доходов. Объективные трудности переходного периода вызывают разбалансированность экономики, деформированность структуры производства. В системе отношений собственности значительная часть базируется на теневых, коррумпированных основах.

Стратегия экономического и социального развития предусматривает формирование институциональной среды, которая бы стимулировала, с одной стороны, международную активность, экономическое возрастание на основе структурно-инновационных преобразований, утверждение современной социальной инфраструктуры, механизмов социально-рыночной экономики, а с другой стороны, — преодоление противоречий между экономикой и обществом. Одновременно стратегия институциональных преобразований должна согласовываться с определёнными критериями, например, членства в ЕС. Эти критерии предусматривают стабильность законов и институциональных структур, наличие действующей экономики, способность взять на себя обязательства, которые предполагают членство в ЕС.

В сфере экономической политики в стране необходима поддержка таких национальных производителей, которые уже демонстрируют высокий технологический уровень и конкурентоспособность в открытой конкурентной среде. Перспективы усиления регулирующей функции государства должны оцениваться в углублении рыночной трансформации экономики, создании необходимых для этого нормативно-законодательной базы и инфраструктуры, подготовке кадров, способных трудиться в качественно новых условиях. Необходимо содействовать становлению такой рыночной экономики, где в основе экономической мотивации был бы предпринимательский интерес, а предприниматель, деловой человек стали бы её главной движущей силой.

Настоятельным требованием времени является демократизация экономики, развитие и стимулирование деловой инициативы, обеспечение реальной экономической свободы. Одновременно такие мероприятия призваны

содействовать формированию общественно-правовых институтов саморегулирования, которые будут следить за качеством и безопасностью товаров, работ и услуг на потребительском рынке, реформированию согласно европейским нормам стандартизации и сертификации, усовершенствованию законодательства по вопросам защиты прав потребителей. Деятельность правительства в этой сфере необходимо направить на сокращение административного регулирования, упорядочение механизмов регистрации предпринимательской деятельности и контролируемых функций государственных органов, на повышение ответственности государственных служащих за принятые решения и их последствия.

Институционализация рыночных механизмов предусматривает усовершенствование уже действующих таких механизмов, формирование эффективной конкурентной среды. Углубление соответственно критериям ЕС либерализации всех сфер экономической деятельности и моделей инновационного развития должно стать основой инвестиционной привлекательности украинской экономики, её демократизации и оздоровления, определить магистральное направление рыночных реформ в ближайшем будущем. Усовершенствование отношений собственности, особенно укрепление позиций частной собственности и усовершенствование механизма корпоративного управления, требует формирования эффективного собственника на приватизированных предприятиях, демократизации акционерной собственности, обеспечения гарантий прав акционеров, прежде всего, мелких предприятий.

Анализируя фундаментальные вопросы становления и эволюции украинского общества с учётом острых текущих проблем, целесообразно охарактеризовать роль института экономической свободы в реализации либерально-демократического развития Украины. Наличие институциональных условий экономической свободы является обязательной предпосылкой для общественного спроса на инновации и инновационное развитие. Если такого спроса нет, то инновации приходится «внедрять», насаждать в условиях отторжения со стороны субъектов хозяйственной системы, что сегодня характерно не только для Украины, но и для большинства государств СНГ [7, с. 7].

Известно, что экономическая свобода является условием эффективного функционирования институтов государства. Благодаря хозяйствующим субъектам, которые свободны в выборе и признают авторитет общества и государства, осуществляется государственное регулирование экономики в сложившихся условиях неопределённости.

Если ценности не реализуются субъектом, то они могут отчуждаться от него. В современных условиях актуальным источником отчуждения субъектов является глобализация, которой внутренне присущ процесс стандартизации и унификации. При этом именно различия в уровне, характере и темпах развития, разность социальных потенциалов представляют собой одну из внутренних сил жизнедеятельности и эволюции цивилизации [7, с. 9].

Институциональный смысл рационального выбора, как механизма экономической свободы, состоит в том, что он является инструментом вмене-

ния субъекту ответственности за выбор и за его результаты, а значит — вменения ему экономической свободы. В этом заключена фундаментальная социальная функция рационального выбора, «а потому мы можем представить рациональный выбор субъекта как своеобразие и упражнение в свободе. Выполнение институциональных установок — это тоже позитивная экономическая свобода, которая позволяет ему в традициях и ценностях, преодолевать отчуждение, именно подчинение правилам, соответствующим внутренним ценностям, снимает отчуждение субъекта от этих правил, от системы институтов в целом» [7, с. 11–12].

Украине на пути современного развития экономики в условиях глобализации мира необходимо обеспечить новое качество внешнеэкономической деятельности, направленной на полное вхождение в мировую систему. Исследования практической работы во внешнеэкономической сфере показывают, что перед Украиной стоят многочисленные проблемы, связанные с внешнеэкономической деятельностью, — организационного, структурного, финансового, юридического, кадрового направлений. К проблемам, стоящим перед странами СНГ, относится желание каждого государства, входящего в новое содружество, разрешить имеющиеся проблемы, исходя из собственных интересов. Отсутствие согласованности интересов независимых государств в проведении экономических реформ и программ интеграции в жизнь, в условиях повышения благосостояния в странах СНГ, невыполнение принятых на себя обязательств, отсутствие механизма урегулирования споров между государствами пока крайне негативно отражается на процессе вхождения Украины в систему международного разделения труда и укрепления её внешнеэкономического механизма. Известно, что структура экспорта Украины имеет сырьевую направленность, а также нерациональную структуру импорта и его использования. Доля Украины в мировой торговле пока ниже, чем в промышленном производстве.

К числу острых проблем относятся несбалансированность товарообмена и внешняя задолженность, которая будет усиливаться с освоением Украиной новых кредитных линий. Значительно осложняет ситуацию разбалансирование внутренней финансовой системы, горизонтальных связей между предприятиями и недостаточное материально-техническое обеспечение предприятий-экспортёров. На современном этапе экономической интеграции важное значение приобретает вопрос совершенствования механизма управления внешнеэкономическими связями, создания компактной и гармоничной системы органов управления внешнеэкономической деятельностью на разных уровнях, рациональное распределение полномочий.

С учётом перечисленных факторов и анализа существующих проблем необходимо разработать концепцию развития возможных направлений включения украинской экономики в перспективные системы развития мировой экономики для того, чтобы Украина перестала выполнять роль поставщика сырья и продукции неглубокой переработки, заняла достойное и надлежащее ей место среди индустриально развитых стран мира. Велики возможности расширения экспортных ресурсов Украины через конверсию оборонных отраслей, налаживание различных видов кооперационных

связей с зарубежными партнёрами, реализацию научного потенциала как движущей силы хозяйственного развития и экономического подъёма Украины. В качестве резерва может быть также назван экспорт различных услуг в области транспорта, туризма, строительства, связи и др. Практически экспорт такого рода услуг, в котором заложены огромные возможности для выхода на мировые рынки, ещё не получил должного развития в Украине. Сегодня требуется внешнеэкономическая деятельность нового качества, нацеленная на инновационное прогнозирование, планирование стратегии выхода на мировые рынки на основе профессиональных знаний, строгого математического расчёта, научных действий специализированных функциональных служб, организаторских способностей высшего руководства. Компаниям, которые производят продукцию, сохраняющую высокие конкурентные свойства, техническую и технологическую новизну на протяжении длительного времени, как правило, принадлежит лидерство в мировом производстве.

Методика планирования выхода предприятия на мировые рынки должна быть тщательно отработана с учётом возможности отрасли, деятельности конкурентов, их технологий. На этой основе разрабатывается возможная стратегия развития каждого предприятия с учётом анализа оценки степени зрелости отрасли, потенциала дальнейшего её роста, характера применяемой технологии, состояния конкуренции.

Особого внимания заслуживает оценка участия Украины в мировых процессах глобализации. Внешнеэкономические отношения — это особая сфера, где сотрудничают страны с разными культурами и с различными хозяйственными системами. Участие Украины в международных отношениях является следствием хозяйственной необходимости и требует определённой стратегии участия в использовании наиболее совершенных и эффективных механизмов международной кооперации. Мировое хозяйство воспринимается как глобальное целое, в котором постоянно формируются разнонаправленные процессы. В международном экономическом сотрудничестве активно развиваются процессы глобализации и одновременно регионализации. По нашему мнению, тенденции глобализации и регионализации являются не противоположными, а взаимодополняющими реально существующими разномасштабными интеграционными процессами.

Для включения в общеевропейский процесс интеграции и регионализации Украине предстоит:

- создать новую экономическую систему, преодолев переходный стабилизационный период;
- открыться внешнему миру, устранив преграды, ещё тормозящие развитие торговых, научно-технических и культурных связей с другими странами;
- сделать активными взаимовыгодные связи, в первую очередь, с ближайшими странами-партнёрами.

В Украине должна быть создана рыночная экономическая система, совместимая с западноевропейской. Главным элементом такой структуры должны стать самостоятельные субъекты хозяйственной деятельности, под-

чиняющиеся закону и экономической выгоде. В результате экономически самостоятельные украинские предприятия, выпускающие конкурентоспособную продукцию, смогут занять достойное место на мировом рынке.

Участие Украины в региональном сотрудничестве предполагает более высокую ступень экономической взаимозависимости, организационно связанную с взаимным открытием экономических и социальных структур, с формированием общей среды деятельности хозяйственных субъектов. Предпосылками развития международного регионального сотрудничества могут также являться традиционность взаимных экономических и гуманитарных связей, единство природной среды, транспортная и информационная доступность для взаимного общения. Региональное сотрудничество предполагает установление режима наибольшего благоприятствования в осуществлении взаимных экономических и культурных связей, динамичного развития региональных интеграционных процессов, которые определяют глобальную интернационализацию хозяйства.

Заслуживает внимания отношение М. Блауга к определению сути институционализации исследования экономической теории в области методологии современного развития экономической мысли. Он утверждал, что для того, чтобы победить старую теорию, недостаточно подвергнуть разрушительной критике её предпосылки или собрать новые факты — надо предложить новую теорию [1, с. 659].

За последние годы значительно возросло экономическое сотрудничество стран Причерноморья. Формирование региона причерноморского экономического сотрудничества обусловливается современными тенденциями мировых хозяйственных связей. В пределах Европы в последнее время возникают новые региональные образования, направленные на активизацию экономического взаимодействия входящих в них стран. В пределах причерноморской интеграции ожидается значительная активность в долгосрочном плане, которая вызовет увеличение спроса на инвестиции в производство, телекоммуникации и инфраструктуру. Целесообразно, на наш взгляд, приступить к конкретным действиям в прогрессивных сферах экономики: в развитии сотрудничества в транспорте и телекоммуникациях, обмене информацией, энергетике, туризме, таможенном регулировании.

Для Украины, стремящейся найти своё место в мировом хозяйстве, предоставлена возможность вовлечения её в процессы интернационализации через Черноморскую зону экономического сотрудничества. При оценке существующего потенциала причерноморского экономического сотрудничества и разработке на этой основе конкретных проектов сотрудничества немаловажно убедиться, что политическая и экономическая стабильность в данном регионе служит большим стимулом для ежегодного роста потока иностранных туристов. Среди потенциальных мест особое место занимает Одесский регион.

При анализе всех аспектов формирования Черноморской зоны экономического сотрудничества необходимо обратить внимание на движущие стимулы активности деловых кругов учёных университетов и научно-иссле-

довательских институтов в создании технологических парков, свободных экономических зон (СЭЗ) в Украине. Сегодня Украине как никогда крайне важно осознать реалии современной ситуации, суть интеграционных процессов, направленных на решение проблем развития международного сотрудничества в бассейне Черного моря.

Будущие СЭЗ в Украине не должны быть зонами свободного предпринимательства в границах областей. Речь должна идти о небольших по площади территориях, расположенных в портах, возле приграничных переходов, в районе крупных транспортных развязок, на которых можно добиться высокой плотности иностранных инвестиций и создать в предельно короткие сроки принципиально новую предпринимательскую среду. На этой основе можно быстро и качественно поднять уровень обслуживания внешних связей и активизировать экспортное производство на конкретные рынки стран, участвующих в интеграции.

Украина располагает благоприятными предпосылками для включения её в процессы регионализации международного сотрудничества. Это вытекает из её геоэкономического положения. Украина занимает обширную территорию на юго-востоке Европы, имеет выход к Азовскому и Чёрному морям, находится на пересечении торговых путей: с севера Европы на юг, а также с запада, из стран ЕС на восток, имеет сухопутную и морскую границу с большим числом соседей, заинтересованных в развитии региона причерноморской интеграции. Вместе с тем, для активного включения в интеграционные процессы Украине предстоит пройти путь преобразований и реформ.

После начала процесса децентрализации внешнеэкономической сферы Украине, а также её отдельным регионам и городам, было предоставлено право непосредственного участия в международном экономическом сотрудничестве. С этого момента возникли тенденции к повышению доли соседних стран в экспорте и импорте Украины. В определённой мере это было обусловлено развитием приграничной, прибрежной и придунайской торговли и преимущественно в виде бартерных операций. Необходимо отметить важную роль и совместного предпринимательства в развитии регионального сотрудничества. Инвесторы отдельных стран предпочитают вкладывать капитал в соответствующие прибрежные зоны и приграничные районы Украины, где начала формироваться инфраструктура для международного бизнеса.

Одной из главных задач Украины в развитии региональной интеграции является расширение экспортной деятельности, ориентированной на рынки соседних стран, налаживание с ними производственно-кооперационных связей и научно-технического сотрудничества, что требует создания необходимой инфраструктуры экономического и культурного общения. Новое содружество должно проявляться в создании стабильного экономического пространства, особо благоприятного для взаимодействия в сфере бизнеса, торговли, экологии, науки, культуры, туризма и в других областях, направленного на социально-экономическое развитие Украины и полную интеграцию в европейскую и мировую экономическую систему.

Для инвестиционно-инновационного пути развития Украины особо важным делом является привлечение иностранных инвестиций. И Одесская

область является особенно привлекательной для вложения иностранного капитала. Инвестиции нужны для решения экономических проблем, особенно в городе Одессе. В частности, для отвода канализационных вод от берега моря, что даст возможность людям нормально отдыхать на пляжах. Это, в свою очередь, будет способствовать и привлечению дополнительного числа туристов из многих стран мира. Другая проблема — питьевая вода, этот вопрос должен решаться в ближайшее время и не только в Одессе, но и во многих районах, особенно в Придунайском крае.

Одним из приоритетных направлений развития Одесского региона и Украины в целом является разработка нефтяных и газовых месторождений на шельфе Чёрного моря. Создание транспортного кластера на базе Одесской инфраструктуры существенно ускорит экономическое развитие в регионе, позволит решать проблемы, возникающие в транспортной сфере. Увеличение грузооборота Одесского морского торгового порта в кластере приведёт к увеличению валового регионального продукта Одесской области.

Для Одесского региона интересен проект развития «Свободная экономическая зона «7-й километр», включающий Одесский порт и промтоварный рынок «7-й километр» [6, с. 2]. Авторы предлагают определиться с видом СЭЗ, территорией её охвата, формированием органа хозяйственного развития и управления, сроком действия проекта. Не вызывает возражений целесообразность привлечения международных экспертов, проведение детальных исследований, проведение переговоров с потенциальными инвесторами. Авторы проекта утверждают, что существующая СЭЗ «Порто-Франко» в Одесском морском торговом порту является удачным проектом, в который инвестировано 29 млн дол. США, созданы новые рабочие места. Зона полностью себя оправдала, но для дальнейшего развития необходимо расширение площадей. В ситуации роста грузооборота нагрузка может перераспределяться на порты Одесского региона, таким образом, можно оживить юг региона — порты Рени, Измаил, Килия. Однозначно, что проект СЭЗ «7-километр» положительно скажется на инвестиционной привлекательности Одесской области. А учитывая то, что в Одессе каждый четвёртый житель связан с торговлей, создание СЭЗ станет не только экономическим, но и социальным проектом [6, с. 2].

Аналогичные проекты создаются в портах Чёрного и Азовского морей. Так, в грузинском порту Поти уже создана свободная экономическая зона «Ракия» площадью 300 га. Подобная зона функционирует в казахском порту Актау. Оба порта находятся на пути международного транспортного коридора ТРАСЕКА, конечными пунктами которого перед Европой являются Одесса и Ильичёвск. Учитывая, что грузооборот между Европой и странами Кавказа и Средней Азии составляет 2 млрд. дол. США в год, то здесь есть за что побороться. Кроме того, через Одесскую область пролегают ещё 3 международных транспортных коридора: 7-й, 9-й и «Гданськ — Одесса». После реконструкции дороги «Одесса — Рени» 7-й (Дунайский) коридор представляет особый интерес [6, с. 2].

Заслуживает особого внимания информация о том, что китайская национальная машиностроительная корпорация «SINOMACH» заинтересована

в строительстве технопарка в Одесской области. Технопарк предлагается построить на 190 га земли в районе 403–404-го км трассы Одесса — Киев. Корпорация оплатит строительство площадки технопарка, которая обойдётся в 60–70 млн дол. США. Благодаря созданию данного технопарка появятся новые рабочие места для жителей района [5, с. 4].

Пока не известно, что именно будет производиться на этой территории. Скорее всего, это будет какое-то сборочное производство — для наполнения рынков Южной Европы и стран СНГ данной продукцией. Однако здесь целесообразно поставить ряд вопросов. И, прежде всего, — какова выгода от этого проекта, кроме обещанных трёх тысяч рабочих мест? Имеет ли Одесса и область достаточное количество местных профессионалов-строителей, без которых невозможно обойтись на любом производстве в машиностроении? Предусматривается ли создание исследовательских центров, образованных из специалистов и учёных региональных вузов? И кто возьмётся финансировать их работу — если инвестор, то кому будут принадлежать новые разработки? И как в таких случаях обеспечить полноценное авторство наших учёных и творческого потенциала специалистов, которые путём концентрации научных, промышленных ресурсов, а также целевого финансирования отдельных инновационных исследований обеспечивают производственное внедрение наукоёмких разработок и высоких технологий, выпуск конкурентоспособной продукции? И, наконец — что даст промышленности региона такой индустриальный технопарк? Получается, что единственный источник поступления в областной бюджет — это арендная плата за землю. Между тем, подведение к участку коммуникаций — это основа мировой практики возведения индустриальных технопарков. Поэтому инженерная подготовка является наиболее важной и дорогостоящей частью. Инвесторам необходимы индустриальные парки, предоставляющие возможности как выкупа участков с коммуникациями, так и возможность заказа построения площадей «под ключ».

Сегодня, в условиях углубления экономических связей между странами, необходимо использовать самые прогрессивные научно-технические разработки, воплощающиеся в высокоэффективные технологические процессы и качественно новые изделия. Это предусматривает абсолютно иные технологии, порождающие производства, которые требуют других исполнителей, нового интеллектуального уровня, разработки новейших технологий. Целесообразно привлекать к исследованиям, а потом и изготовлению опытных образцов не задействованных до сих пор в экономике страны учёных и инженеров-технологов. Также такой проект мог бы стать современной площадкой для обучения студентов и аспирантов крупнейших вузов Одесского региона. В результате что важнее — возможность разработки специальной программы по подготовке кадров для работы с новейшими технологиями, производящими конкурентоспособную продукцию, или обыкновенная сдача в аренду земли, где кто-то что-то построит? Безусловно, что первое важнее — если мы стремимся создавать современную, высокоэффективную экономику. Поэтому все эти проблемные вопросы необходимо тщательно анализировать и принимать решения, исходя из национальных интересов

Украины. А также необходимо иметь в виду то, что именно технопарки — как научно-экономические структуры, позволили сочетать технологические и общественно значимые аспекты современного общества. Необходимо, чтобы происходила инноватизация не только научно-производственного процесса, но и научно-исследовательской работы, которая соответствовала бы новым экономическим условиям. Действующие технологические парки показывают высокую результативность выполнения ими инновационных проектов, в которых инновация является входным и конечным продуктом.

— Глобализация мирохозяйственной жизни направлена на объединение национальных экономических систем в единые специализированные структуры — мировые интернационализованные воспроизводственные процессы.

— По своей экономической инфраструктуре национальные экономики формируют мировой доход. Тем самым всемирное хозяйство начинает располагать необходимыми составляющими для воспроизводственного процесса во всемирном масштабе. Доступ к мировому доходу, включение в мировую экономическую систему для полноправного участия в формировании и распределении мирового дохода, используя высокие технологии, составляет основу национальной внешнеэкономической системы. А постоянное их наращивание представляет собой суть внешнеэкономических связей Украины, что открывает новые горизонты цивилизационного развития экономики. Поэтому сегодня очень важно активное участие Украины в глобальном движении и возможность занять своё надлежащее место в выстраиваемом новом мировом сообществе.

— Необходима новая система методологических подходов, которые предопределены закономерностями мирового развития и составляют основу функционирования мировой системы.

— В развитии современного мира всеобъемлющая глобализация стирает грань между внутренней и внешней сферой деятельности и стремительно развивается процесс экономизации политики.

— Центральным приоритетом стратегического развития Украины является система связей национальной экономики с внешней сферой как условие повышения благосостояния в стране. Для реализации этой стратегической цели необходима соответствующая система национальных внешнеэкономических институтов, взаимодействий с внешней экономической сферой, выстроенная на основе сотрудничества по всем звеньям воспроизводственного процесса за пределами национальных границ государства.

— Формирование в мировом хозяйстве интернационализованных воспроизводственных структур является своеобразным двигателем мировой хозяйственной системы. В результате появились экономические границы, которые не совпадают с государственно-административными. Национальные экономики становятся звеньями разных воспроизводственных мировых транснационализованных структур, которым государства делегируют реализацию своих национальных интересов. Эти процессы не оказывают влияние на национальный суверенитет.

– Национальная экономика и её хозяйствующие субъекты не только проходят ряд этапов на стадии вхождения в интернационализованные воспроизводственные звенья мирохозяйственной системы, но и, находясь в их составе, последовательно занимают определённые звенья глобального воспроизводственного процесса.

– В формировании национальной воспроизводственной модели необходимо особо выделить один из её составных блоков — внешнеторговый, как новую роль внешней торговли. Будучи важнейшим звеном мирового интернационализованного воспроизводственного блока, внешняя торговля оказывает влияние на включение национальной экономики или отдельных субъектов мирохозяйственного общения в национальную систему взаимодействий с внешней экономической средой, выстроенную на основе сотрудничества со всеми звеньями воспроизводственного процесса.

– Обладая производственными и интеллектуальными основами, способностью к воспроизводству научно-технического потенциала, Украина готова целенаправленно войти в новую модель цивилизационного развития.

– Успехи Украины в мировом экономическом пространстве могут преобразовать социально-экономическую ситуацию, обеспечить гармоничное проведение реформ. В процессе проведения экономической реформы в стране необходимо выделить основные приоритеты. Это, прежде всего: укрепление национальной валюты, обеспечение занятости и усиление социальной защиты населения, развитие образования, расширение научных исследований, обновление государственных служб.

– Украине на пути вхождения в мировое хозяйство необходимо провести комплексные и институциональные изменения, направленные на повышение производительности труда, связанное с новыми технологиями, эффективными стимулами к труду, на преобразование отношений собственности, формирование конкурентной среды, создание инфраструктуры рынка.

– Методологическим основанием модернизации общества должна стать концепция, направленная на решение современных задач технико-технологического, экономического, социального, политического и духовного развития. Будущее Украины — в слиянии передовой научно-технологической, образовательной и интеллектуально-духовной сфер, воспроизводстве качества жизни каждой отдельной личности и общества в целом. Это открывает международные аспекты институционализации, современного развития экономики Украины в условиях глобализации.

Список использованной литературы

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / Пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Дело ЛТД, 1994. — 720 с.
2. Ефименко Т. Институциональное регулирование экономического развития // Экономика Украины. — 2011. — № 1. — С. 16–26.
3. Макеєва О. А. Стратегія організації підприємництва в Україні в умовах розвитку світового господарства : Монографія. — Одеса: Астропринт, 2007. — 268 с.

4. Рожко О. Інноваційно-інвестиційна спрямованість бюджетної політики в Україні // Фінанси України — 2011. — № 1. — С. 64–72.
5. Розов И. Технопарки... одна точка зрення может закрыть весь горизонт? // Одесские известия. — 2011. — 15 января.
6. Якубовский С., Васьков Ю. Проект развития. Свободная экономическая зона «7-й километр» // Сильная Одесса. — 2010. — № 2. — С. 2.
7. Яременко О. Либерализм, экономическая свобода и государство // Экономика Украины. — 2010. — № 12. — С. 4–15.

О. А. Макеєва

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СУЧАСНІ НАПРЯМИ МІЖНАРОДНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Резюме

У статті досліджені особливості і напрями сучасного міжнародного розвитку економіки, пріоритетного включення України в систему міжнародних економічних відносин. Проведений комплексний аналіз наукового потенціалу глобалізації і регіоналізації економіки. Виділені основні напрями інституційної політики сучасного розвитку економіки регіонів України з урахуванням привабливості економічного потенціалу Причорномор'я. Проаналізована методика обґрунтування доцільності створення і функціонування спеціальних економічних зон і технопарків на прикладі Одеського регіону.

Ключові слова: міжнародні економічні відносини, інституціоналізація, глобалізація, регіоналізація, спеціальні економічні зони, технопарки.

O. A. Makeeva

Odessa I. I. Mechnikov National University

MODERN DIRECTIONS OF INTERNATIONAL DEVELOPMENT OF ECONOMY OF UKRAINE IN CONDS GLOBALIZATIONS

Summary

Features and directions of modern international development of economy are investigated in the article, priority including of Ukraine in the system of international economic relations. The complex analysis of scientific potential of globalization and revivifyings of economy is conducted. Basic directions of policy of modern development of economy of regions of Ukraine are selected taking into account the attractiveness of economic potential. Method of ground of expedience of creation and functioning of the special economic areas on the example of the Odessa region.

Key words: international economic relations, globalization, revivifyings, special economic areas.

УДК 339.56.055

И. Б. Насадюк

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются современные тенденции развития внешней торговли в сфере услуг Украины. В статье используется статистический метод для исследования секторальной и географической структуры современной международной торговли услугами Украины. Корреляционный анализ проводится для определения основных факторов торговли Украины услугами партнерами в 2009 году. Среди этих факторов — расстояние между торговыми партнерами, объем внешней торговли товарами, ВВП торговых партнеров, участие в преференциальных торговых соглашениях и ВТО, совместные границы Украины и торгового партнера. Регрессионный анализ показал положительный эффект внешней торговли товарами Украины и торгового партнера, ВВП на душу населения торгового партнера и отрицательное влияние расстояния между Украиной и торговым партнером на внешний оборот услугами Украины.

Ключевые слова: международная торговля услугами, международная торговля Украины, услуги, гравитационная модель внешней торговли.

В современной мировой экономике международная торговля услугами развивается динамичными темпами, отражая структурные изменения, происходящие в национальных хозяйствах участвующих стран. Повышение доли дохода, производимого в сфере услуг, в общем национальном доходе стран характеризует постиндустриальный этап развития и способствует динамичному развитию сферы услуг в международной торговле. Современную экономику Украины, ВВП которой на 10 % производится в сельском хозяйстве, 32 % — в промышленности и 58 % — в сфере услуг, также можно отнести к постиндустриальному этапу развития. Однако с учетом того, что развитые страны мира ушли вперед в плане количественной и качественной роли сферы услуг в экономике, можно прогнозировать более динамичное развитие отраслей сферы услуг и международной торговли услугами Украины.

Целью данной статьи является оценка современного состояния и факторов, влияющих на развитие современной международной торговли Украины, в том числе, и предложенных гравитационной моделью внешней торговли.

Во внешней торговле товарами и услугами Украины экспорт и импорт услуг играют значительную роль. Так, в 2009 году доля услуг в суммарном экспорте товаров и услуг Украины составила 26 %. Для импорта эта цифра составила 20 %.

В 2009 году экспорт услуг Украины составил 13,9 млрд долл. США, сократившись на 4 млрд по сравнению с 2008 годом. Влияние мирового фи-

нансового кризиса 2008–2009 гг. на импорт услуг было также негативным. В 2009 году импорт услуг сократился и достиг уровня 11,5 млрд долл. США по сравнению с уровнем 16,1 млрд долл. США в 2008 году. В целом 2008 год был первым за десятилетие стабильного роста внешних объемов торговли периодом сокращения торговли услугами Украины [1].

Географическая структура внешней торговли услугами мало отличается от структуры внешней торговли товарами. В 2009 году основными потребителями международных услуг Украины являлись страны СНГ (47,2 % от общего объема экспорта), в том числе, Россия — 39,1 %, страны Европы (31,3 %), страны Азии (9,1 %), страны Америки (10 %). Африка и Австралия играют незначительную роль как в экспорте, так и в импорте услуг Украины. В 2009 году Украина импортировала услуги из стран Европы (49 %), стран СНГ (25,3 %), в том числе, из России — 14,6 %, стран Азии (14,6 %) и стран Америки (6,3 %). Очевидна большая роль евразийского региона в экспорте услуг Украины, в то время как в импорте услуг играет значительную роль европейский интеграционный вектор [1].

Отраслевая структура внешней торговли услугами, наоборот, не соответствует аналогичной структуре во внешней торговле товарами. Так, в 2009 году экспорт услуг в Украине был связан с транспортом: на долю транспортных услуг приходится 66 % всех поступлений от экспорта услуг. При этом распределение между видами транспорта происходит следующим образом: 20 % приходится на морской транспорт, 18 % — на воздушный транспорт, 20 % — на железнодорожный транспорт и 33 % — на трубопроводный транспорт. Статус транзитной экономической территории, обслуживающей транспортные потоки из Евразии и Азии в Европу и наоборот, обеспечивает значительную роль транспортных услуг в международной торговле услугами Украины и дает основания предположить сохранение такой роли в будущем. Кроме того, в отраслевой структуре экспорта Украины 13 % занимают разные деловые, профессиональные и технические услуги, в том числе, юридические и бухгалтерские услуги, реклама и маркетинг, научно-исследовательские и опытно-конструкторские услуги, архитектурные и инженерные услуги, 5 % — финансовые и страховые услуги, 5 % — ремонтные услуги, 3 % — туристические услуги, 3 % — услуги связи, 3 % — компьютерные услуги, 1 % — строительные услуги. Всего 0,2 % экспорта услуг приходится на роялти и лицензионные услуги, что говорит о невысоком уровне экспорта технологии [2].

Основными видами услуг импорта Украины в 2009 году являлись финансовые услуги (28 % от общего объема импорта услуг), транспортные услуги (19 %), разные деловые, профессиональные и технические услуги (17 %), государственные услуги (9 %), туристические услуги (5 %), роялти и лицензионные услуги (5 %), строительные услуги (3 %), услуги связи (3 %), компьютерные услуги (3 %), услуги в сфере культуры и отдыха (3 %), операционный лизинг (2 %) [2].

В отличие от стабильного отрицательного баланса экспорта и импорта товаров внешнее сальдо торговли услугами оставалось положительным, даже во время кризисного 2008 года. В Украине наблюдается положитель-

ный баланс в торговле такими видами услуг, как транспортные услуги, туристические услуги, услуги связи, компьютерные услуги, разные деловые, профессиональные и технические услуги, научно-исследовательские и опытно-конструкторские услуги, архитектурные и инженерные услуги, ремонтные услуги. Импорт превышает экспорт услуг Украины в таких отраслях, как строительные услуги, финансовые и страховые услуги, роялти и лицензионные услуги. Анализ дисбалансов в торговле услугами говорит о хорошей обеспеченности Украины фактором земли (благоприятная для развития услуг географическая расположенность) и квалифицированной рабочей силой, но обнаруживает факторную недостаточность в технологии и финансовом капитале.

Рассмотрим факторы, влияющие на внешнюю торговлю услугами Украины в 2009 году, с помощью корреляционного и регрессионного анализа. Развитие международной торговли услугами гипотетически зависит от развития международной торговли товарами, поскольку услуги связаны с движением товаров в международной торговле. Торговля услугами зависит от размера рынка торговых партнеров: чем выше экономический потенциал торгового партнера, выраженный через валовой внутренний продукт, тем выше уровень развития торговли услугами. Предположительно, международные услуги зависят также от транспортных издержек, связанных с удаленностью Украины и ее торгового партнера. На торговлю услугами должен оказывать влияние фактор общей границы, стимулирующий ее объем. Также теоретически внешняя торговля услугами должна изменяться под действием факторов внешнеэкономической политики, таких как участие в зоне свободной торговли, взаимное членство во Всемирной торговой организации. Ожидается, что больший объем международной торговли услугами имеет место в торговле с более развитыми странами, что можно количественно измерить валовым выпуском на душу населения торгового партнера.

В качестве исследуемой переменной взят объем внешнего оборота услуг Украины в разрезе 147 наиболее значимых стран — торговых партнеров. Источником данных о внешней торговле товарами и услугами Украины в разрезе торговых партнеров является Госкомстат Украины [2]. ВВП и ВВП на душу населения торгового партнера взяты из базы данных Международного валютного фонда [3]. Сведения об участии Украины в соглашениях о преференциальной торговле взяты на сайте Министерства экономики Украины [4] и Всемирной торговой организации [5]. Расстояние между столицей Украины и столицей торгового партнера рассчитано с помощью программы сайта Marcrow [6].

Результаты корреляционного анализа представлены в таблицах 1 и 2 в двух вариантах — с денежным и логарифмическим выражением переменных. Внешнеторговый оборот услугами Украины положительно связан с уровнем ВВП торгового партнера и объемом взаимной торговли товарами между Украиной и торговым партнером. Чем выше ВВП на душу населения торгового партнера, тем больше уровень внешней торговли услугами с Украиной. Как и ожидалось, расстояние между торговым партнером и Украиной негативно связано с объемом взаимной торговли услугами меж-

ду ними. Участие Украины и торгового партнера в зоне преференциальной торговли повышает объем торговли услугами между ними, в то время как взаимное участие в ВТО в 2009 году не имело значения для внешней торговли услугами Украины. Предположительно низкое значения фактора ВТО связано с необходимостью более длительного лага участия Украины в этой организации для того, чтобы имело место существенное влияние на объем торговли услугами.

Наличие общей границы существенно повышает уровень взаимной торговли услугами между Украиной и ее торговым партнером.

Таблица 1

Корреляция объема внешнего товарооборота услугами Украины и другие факторы

	ВВП торгового партнера	Внешний товарооборот	Расстояние между странами	ВВП на душу населения торгового партнера	Участие Украины и торгового партнера в зоне преференциальной торговли	Наличие общей границы у Украины и торгового партнера	Взаимное участие стран — торговых партнеров в ВТО
Внешний оборот услуг	0,257 **	0,889 **	-0,207 *	0,140	0,269 **	0,347 **	-0,120

** — корреляция значительна при уровне 0,01

* — корреляция значительна при уровне 0,05

Таблица 2

Корреляция объема внешнего товарооборота услугами Украины и других факторов в логарифмах

	Логарифм ВВП торгового партнера	Логарифм внешнего товарооборота	Логарифм расстояния между странами	Логарифм ВВП на душу населения торгового партнера	Участие Украины и торгового партнера в зоне преференциальной торговли	Наличие общей границы у Украины и торгового партнера	Взаимное участие стран — торговых партнеров в ВТО
Логарифм внешнего оборота услугами	0,477 **	0,671 **	-0,511 **	0,540 **	0,229 **	0,271 **	-0,018

** — корреляция значительна при уровне 0,01

* — корреляция значительна при уровне 0,05

Регрессионный анализ соединяет действия различных факторов, влияющих на внешнюю торговлю услугами Украины в одной линейной модели. Тестирование различных сочетаний независимых переменных привело к

отбору следующего уравнения, которое дало оптимальный уровень адекватности модели:

$$\ln Serv = \beta_1 \ln Good + \beta_2 \ln Dist + \beta_3 \ln GDPpc, \quad (1)$$

где $\ln Serv$ — логарифм внешнего оборота услугами Украины и страны i ,
 $\ln Good$ — логарифм внешнего товарооборота Украины и страны i ,
 $\ln Dist$ — логарифм расстояния между столицей Украины и столицей торгового партнера i ,
 $\ln GDPpc$ — логарифм ВВП на душу торгового партнера.

В целом зависимые переменные объясняют развитие внешней торговли Украины в 2009 году на 58 % (коэффициент адекватности модели составляет 0,58). Тест-Фишера также свидетельствует о том, что выбранные переменные связаны с изменением зависимой переменной. Значения оцененных коэффициентов регрессии, коэффициенты Стьюдента и значимость полученных параметров таковы:

$$\ln Serv = 0,475 \ln Good - 0,178 \ln Dist + 0,338 \ln GDPpc$$

$$\underline{\quad\quad\quad} (7,160^{***}) \underline{\quad\quad\quad} (-2,711^{***}) \underline{\quad\quad\quad} (5,636^{***}) \underline{\quad\quad\quad} R^2 = 0,580 \quad (2)$$

*** — коэффициент значим при уровне 0,01.

Согласно регрессионной модели в 2009 году рост внешней торговли товарами Украины и торгового партнера на 1 % был связан с повышением уровня торговли услугами между ними на 0,475 %. Увеличение расстояния между Украиной и торговым партнером на 1 % уменьшает в среднем обмен международными услугами на 0,178 %. Украина в среднем имеет большие объемы внешней торговли услугами с торговыми партнерами с более высокими доходами на душу населения.

Таким образом, внешняя торговля услугами Украины в 2009 году в целом соответствует гравитационной модели внешней торговли, которая работает и для внешней торговли товарами [7].

Согласно проведенному исследованию международная торговля услугами Украины занимает пятую часть от внешнеторгового оборота товарами и услугами. Среди торговых партнеров Украины наибольшую роль играют страны СНГ в экспорте услуг и страны Европы в импорте услуг. Украина является экспортером в основном транспортных услуг, а импортером — финансовых услуг. Анализ товарной структуры украинской торговли свидетельствует о недостаточности факторов финансового капитала и технологии и избытке географического фактора и фактора квалифицированной рабочей силы. Корреляционный и регрессионный анализ внешнего оборота услугами показал, что международная торговля услугами положительно зависит от уровня внешней торговли товарами с определенным торговым партнером, экономического размера торгового партнера, среднего дохода на душу населения торгового партнера. Кроме того, уровень внешнего обмена услугами Украины выше в случае преференциальной торговли и наличия общей границы. Торговля услугами негативно зависит от удаленности торгового партнера Украины. Проведенный регрессионный анализ подтвердил положительную связь внешнего

оборота услугами и ВВП торгового партнера, ВВП на душу населения и отрицательную связь с расстоянием между столицей Украины и столицей торгового партнера.

Список использованной литературы

1. Платіжний баланс і зовнішній борг. 3 квартал 2010 року. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://bank.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Госкомстата України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. IMF World Economic Outlook Database. October 2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/01/weodata/index.aspx>
4. Министерство экономики Украины: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=48272
5. Members and Observers. World Trade Organization: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm
6. Mapcrow Travel Distance Calculator [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mapcrow.info/>
7. Насадюк І. Б. Участь України в ВТО в умовах валютно-фінансового кризиса 2008–2010 гг. // Преодолення фінансово-економічного кризиса: досвід Німеччини і Білорусі: матеріали міжнарод. науч.-практ. конф., Мінськ, 19 окт. 2010г. / Фонд ім. Фридриха Еберта. [и др.]. — Мінськ: І. П. Логвінов, 2010. — С. 93–95.

І. Б. Насадюк

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СУЧАСНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ УКРАЇНИ

Резюме

У статті розглядаються сучасні тенденції зовнішньої торгівлі у сфері послуг України. У статті використовується статистичний метод для дослідження секторальної і географічної структури сучасної міжнародної торгівлі послугами України. Кореляційний аналіз дозволяє виявити основні чинники розвитку торгівлі послугами України в 2009 році. Серед цих факторів — відстань між торговельними партнерами, обсяг зовнішньої торгівлі товарами, ВВП торговельних партнерів, участь у преференційних торговельних угодах і СОТ, наявність спільного кордону України та торговельних партнерів. Регресійний аналіз показав позитивний ефект зовнішньої торгівлі товарами України і торговельного партнера, ВВП на душу населення торговельного партнера і негативний вплив відстані між Україною та торговельним партнером на зовнішньоторговельний оборот України.

Ключові слова: міжнародна торгівля послугами, міжнародна торгівля України, послуги, гравітаційна модель зовнішньої торгівлі.

I. B. Nasadiuk

Odesa I. I. Mechnikov National University

MODERN FACTORS OF UKRAINE EXTERNAL TRADE IN SERVICES DEVELOPMENT

Summary

The article discusses the modern tendencies of external trade in services of Ukraine. In the article statistical method is used to study the sector and geographical structure of Ukraine's modern international trade in services. The correlations are calculated to reveal the major factors of Ukraine's trade in services development in 2009. Among these factors are the distance between trading partners, volume of external goods trade, GDP of trading partners, participation in preferential trade agreements and WTO, joint border of Ukraine and trading partner. Regression analysis revealed the positive effect of external trade in goods of Ukraine and a trading partner, GDP per capita of a trading partner and negative effect of distance between Ukraine and trading partner on Ukraine' external services trade turnover, suggesting the evidence in support of the gravity model of Ukraine's external trade in services.

Key words: external trade in services, external trade of Ukraine, services, gravity model of external trade.

УДК 334.758.4

И. Г. Павловская

Донецкий национальный технический университет

ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ СТРУКТУРАХ

Рассмотрены современные подходы к процессу планирования показателей корпоративного взаимодействия, которые основываются на рациональной комбинации свойств целостности интегрированной структуры, влиянии индивидуальных характеристик составных частей холдинга.

Ключевые слова: интегрированные структуры, стратегическое планирование, холдинг, жизненный цикл, диверсифицированные корпорации, конкурентоспособность, внешняя среда, организационно-производственные структуры.

Переход в новое тысячелетие для отечественной экономики сопровождался сложными изменениями в общественном укладе, системными кризисами управления на различных уровнях. Реформационные процессы, проходящие в Украине, нацелены не только на формирование рыночных механизмов, но и на становление новых подходов в управлении, основанных на активных предпринимательских реакциях, поиске эффективных форм организации производства, разработке социально ориентированных программ развития бизнеса. Широкое распространение получила тенденция укрупнения производственно-хозяйственных структур, увеличился корпоративный сектор экономики при отсутствии достаточного опыта руководства такими организациями. К данным обстоятельствам необходимо прибавить факторы развития мировой экономики, с характерным обострением конкурентного противостояния, соперничеством в сферах высоких технологий. Достижение максимального спектра устойчивых конкурентных преимуществ украинских предприятий на внутренних и внешних рынках является первоочередной задачей в рамках национальной экономики. Провозглашаемый на протяжении последних десятилетий тезис, согласно которому степень общественного благосостояния определяется в соответствие с эффективностью управления на макро- и микроуровнях, находит реальное подтверждение.

На данный период состояние управления отечественными предприятиями характеризуется типичными проблемами, связанными с запоздалым реагированием на изменение внешней среды, отсутствием комплексного подхода к процессу разработки систем управления, преобладанием краткосрочных целей в ущерб долгосрочным программам развития, формальным отношением к составлению и реализации стратегических планов, как следствие — низкой конкурентоспособностью.

Зарубежные и отечественные ученые продолжают развивать теорию эволюционной концепции управления, исследуя организационные вопросы стратегического планирования в крупных диверсифицированных структу-

рах. Формируются новые подходы к управлению потребностями крупных корпораций, разрабатываются совокупные критерии, соответствующие эффективной модели хозяйствования. Существенный вклад в решение проблем реорганизации структуры корпоративного управления внесли как ученые западной школы управления, так российские, а также отечественные исследователи: В. Дуфла, У. Фон Ховен, М. И. Круглов, Д. М. Гвишиани, Ю. Б. Винслав, В. Е. Дементьев, И. П. Булеев, Г. М. Скударь, А. В. Козаченко и др.

Целью статьи является развитие теоретических основ и разработка методических подходов по совершенствованию организации процесса стратегического планирования в интегрированных структурах.

Основой для непрерывного развития организации является необходимость систематического отслеживания и реагирования на изменения в макросреде, неподконтрольной предприятию, которые имеют место в экономической, политической, технологической и социальной сферах. В результате этого субъекты экономической деятельности вынуждены свою внутреннюю среду приводить в соответствие с требованиями и условиями внешней среды.

На этом основании можно утверждать, что предприятия, в частности, холдинговые структуры, функционируют на условиях постоянной цикличности процесса производства (индивидуальном воспроизводстве), проходя (повторяя), таким образом, собственный жизненный цикл [1, с. 130].

Жизненный цикл предприятия определяется концепцией управления, которая в основном исходит из того, что существование предприятия не может быть вечным. Практические наблюдения ученых сводятся к констатированию следующих закономерностей — в среднем предприятие функционирует около 25 лет. При этом выделяют четыре этапа жизнедеятельности. Первый этап: в течение четырех лет проходит освоение производства; второй — 12 лет отводится на его совершенствование; третий — на протяжении шести лет осуществляется частичное расширение отдельных направлений деятельности и на четвертом этапе около трех лет требуется на сворачивание производства. Вместе с этим отмечается, что прохождение четвертого этапа предприятием может быть отсрочено в результате вовремя проведенной реструктуризации.

В действительности, необходимо справедливо отметить факты существования и эффективного функционирования некоторых корпораций, жизненный цикл которых насчитывает больше века. По сегодняшним экономическим показателям развития, процесс затухания для них не является ближайшей перспективой.

Жизненный цикл характеризуется колебанием общих показателей эффективной деятельности предприятия, на каждом этапе которого требуется детальная разработка стратегии и тактики поведения. Следовательно, объективной потребностью является планирование как инструмент управления жизненным циклом предприятия.

В этой связи планирование приобретает особую актуальность непосредственно для объединений холдингового типа, поскольку их хозяйственная

структура выстраивается по технологической вертикали и состоит из предприятий, находящихся на различных этапах жизненного цикла. Современное отслеживание этапов развития структурных единиц позволит обосновано принимать управленческие решения по адресному привлечению заемных средств в подразделения, предотвращать избыточное финансирование «зрелых» отраслей, а также вовремя проводить мероприятия по реструктуризации отдельных звеньев, предупреждая разрыв технологического цикла.

Применительно к крупным диверсифицированным корпорациям, которыми являются холдинговые структуры, отличительная особенность стратегического планирования выражается в интеграции частных стратегий компании в единый план стратегического развития. Набор частных стратегий определяет логическую последовательность разработки разделов стратегических планов производственно-финансового роста. Практический опыт свидетельствует, что они ориентированы, главным образом, на решение актуальных задач по обеспечению конкурентоспособности своей продукции, поиску новых рынков сбыта, распределению всех видов ресурсов между основными сферами деятельности: производственной, сбытовой, финансовой, инновационной. Цели стратегического плана многообразны и приведенный в табл.1 перечень не является полным [2, с. 504–511].

Таблица 1

Набор возможных видов и целей стратегического плана корпорации

Виды частных стратегий компании	Цель стратегического плана (возможные варианты)
1. Реализация продукции на рынке	1.1 Увеличение прибыли от реализации продукции 1.2. Увеличение доли присутствия на рынке
2. Стратегия производства	2.1. Предпочтения в ассортиментной политике 2.2. Задачи по наращиванию производственного потенциала 2.3. Повышение качества продукции
3. Инвестиционная стратегия	3.1. Использование собственных инвестиционных средств компании и заемных средств 3.2. Распределение материальных средств в основной и оборотный капитал 3.3. Приобретение акций других компаний
4. Направление организационно-экономического развития	4.1. Перераспределение управленческих функций 4.2. Реорганизация структуры предприятия 4.3. Формирование будущего статуса компании
5. Инновационная стратегия	5.1. Усовершенствование технологий
6. Социальное развитие предприятия	6.1. Улучшение условий труда 6.2. Повышение квалификации кадров

Количество частных стратегий не может быть фиксированным, так как капитал модернизируется под влиянием реальных условий функционирования компании. Идеология предприятия может усложняться в результате непрерывной трансформации, это, в свою очередь, затрудняет поиск оптимальных решений поставленных задач.

Характерной особенностью холдинговых структур и других интегрированных объединений является единство предпринимаемых действий с целью достижения максимального эффекта от интеграции. Поэтому, приступая к процессу стратегического планирования, необходимо принимать во внимание организационно-экономические принципы, лежащие в основе объединения. С учетом классификации организационной структуры и определённой корпоративной иерархии управления, намечают основные подходы к разработке стратегического плана, отражающего специфику предприятия.

В холдингах с дивизиональной структурой разработка и реализация стратегического плана ложится на базовые предприятия. Высшим руководящим органом компании непрерывно анализируются показатели эффективности работы отдельных базовых единиц. В результате такого анализа делается вывод об устойчивости тенденций поступательного развития и проблемах, возникающих в процессе функционирования. В итоге организационно-экономический потенциал организаций определяется рядом целевых показателей, намечаемых руководством холдинга. Высокий уровень комплексному стратегическому планированию обеспечивает координация вышестоящими органами используемых методов и принципов к формированию единого плана.

Основываясь на принципах жёсткого управления холдингом, центр разрабатывает стратегический план. Он определяет общие стратегические цели, собирает и анализирует технико-экономические показатели, выявляет тенденции развития отдельных предприятий, входящих в холдинг. Такие планы носят директивный характер и подлежат корректировке только принявшим их органом.

Систему стратегических планов рассматривают в качестве логически взаимосвязанной совокупности управленческих решений, которые имеют собственные критерии оценки. Комплексная оценка включает в себя рассмотрение следующих моментов:

- определение стратегии и программ по распределению ресурсов для различных уровней компании в определённые временные периоды;
- наличие установленных приоритетов для распределения ресурсов;
- конкретное обозначение целей и задач для всех элементов предприятия;
- прогнозные сценарии и допущения, предусматривающие изменения конкурентных и внешних факторов, а также меры по адаптации внутренней среды организации;
- финансовый прогноз, выраженный в денежном эквиваленте, от полной реализации намеченной стратегии;
- определение координационных механизмов и норм организационно-экономического регулирования;
- установление нормативов для оценки достигнутого объёма реализованной стратегии [3, с. 84].

Исходя из указанных критериев оценки системы стратегического плана, в целом процесс его разработки можно разделить на ряд этапов.

На первом, основополагающем, этапе устанавливаются приоритетные направления и ориентиры будущей деятельности, формируются видение, миссия, комплекс целей.

Назначение второго этапа сводится к проведению анализа состояния, в котором в настоящее время находится предприятие, и детальному рассмотрению важнейших тенденций в решающих сферах деятельности корпоративного бизнеса.

Проведение такого анализа предусматривается на каждом предприятии, входящим в холдинг, затем на этом основании даётся оценка результатов интеграционного взаимодействия между ними. На данном этапе также исследуется динамика развития рынка, на котором выступает корпорация. Итоги воплощаются в логическое структурирование проблем и предлагаемые способы их решения как в целом для всей интегрированной структуры, так и для каждой базисной единицы.

Основываясь на данных анализа, проводят стратегическое сегментирование предстоящей деятельности, определяют официальную политику руководства в отношении товарно-рыночной экспансии. Одним из важных моментов в ходе исследования является вывод о необходимости приобретения новых структурных единиц либо о ликвидации уже имеющихся с целью поддержания устойчивого роста и развития холдинга. Как показывает практика, главным вопросом на данной стадии разработки стратегического плана остаётся обеспечение мер по повышению конкурентоспособности своей продукции, что влечет чёткое определение количественных показателей финансовых затрат, влияющих на динамичный рост этой характеристики [4, с. 75].

На заключительном этапе осуществляется переход к непосредственной разработке совокупности мероприятий, направленных на реализацию намеченных частных стратегий интегрированной корпорации. Расчетным путём определяются необходимые ресурсные и экономические затраты, реальная оценка которых снижает риск, связанный с необъективными прогнозами будущих расходов. Для того, чтобы достичь балансировки параметров затратной и доходной части плана, количественные показатели затрат и финансовые ресурсы распределяют по годам планируемого периода. Все мероприятия, предусматриваемые стратегическим планом, должны учитывать специфику интегрированных корпоративных структур, в каждом его разделе могут быть предусмотрены меры по снижению внешних угроз.

Сущность стратегического планирования, как логического и аналитического инструмента управления, заключается в определении будущего положения организации и оно направлено на адаптацию деятельности к непрерывно меняющимся условиям внешней среды с целью извлечения дополнительных выгод из появившихся возможностей. Комплексный подход к процессу стратегического планирования затрагивает все уровни управления, в частности: корпоративный, отделенческий, различные виды деятельности, ассортиментную продукцию. Эффективное осуществление стратегического планирования в интегрированных структурах зависит от чёткого разделения направлений своей производственно-хозяйственной и

финансовой деятельности, балансировки интересов отдельных предприятий-участников [5, с. 95].

Рыночные условия экономики не препятствуют активному ведению плановой деятельности на предприятии. Напротив, планирование является осмысленным управленческим процессом, направленным на реализацию перспективных аспектов развития, учет факторов влияния на хозяйственно-экономические механизмы, регулирование взаимных интересов и рисков отдельных представителей организационно-производственной структуры интегрированного объединения.

Специфика стратегического планирования в рамках холдинговой структуры состоит в обеспечении единой направленности целей и действий всех предприятий-участников, в результате которой достигается эффект синергии. В процессе данного вида планирования необходимо чётко наметить функции общекорпоративного центра и хозяйственных единиц. Основными задачами базовых предприятий в ходе стратегического планирования являются: создание единой информационно-методической системы, как основы планирования, установление сроков и этапов, разработка общей системы отчетности, контроля и координации.

Список использованной литературы

1. Брюховецкая Н. Ю. Экономический механизм предприятия в рыночной экономике: методология и практика. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. — 276 с.
2. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией: учебник для вузов. — М.: Русская Деловая Литература, 2001. — 768 с.
3. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / Пер. с англ.; Общая ред. и предисл. Г. Б. Кочеткова. — М.: Прогресс, 2003. — 397 с.
4. Новицкий Е. Стратегическое планирование в высокодифференцированных корпоративных структурах: о мировой практике и опыте АКФ «Система» // Российский экономический журнал. — 2009. — № 8. — С. 72–78.
5. Третьякова Е. Оценка системы корпоративного управления: методика анализа / Третьякова Е. // Проблемы теории и практики управления. — 2010. — № 1. — С. 90–97.

І. Г. Павловська

Донецький національний технічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ВЕЛИКИХ ПРОМИСЛОВИХ СТРУКТУРАХ

Резюме

Розглянуто сучасні підходи до процесу планування показників корпоративної взаємодії, що ґрунтуються на раціональній комбінації властивостей цілісності інтегрованої структури, визначенні впливу індивідуальних характеристик складових частин холдингу.

Ключові слова: інтегровані структури, стратегічне планування, холдинг, життєвий цикл, диверсифіковані корпорації, конкурентоздатність, зовнішнє середовище, організаційно-виробничі структури.

I. G. Pavlovskaya

Donetsk National Technical University

ORGANIZATION OF THE STRATEGIC PLANNING IS IN LARGE INDUSTRIAL STRUCTURES

Summary

Modern approaches to the planning process indicators of corporate interaction, which are based on a rational combination of the properties of the integrity of the integrated structure, the impact of individual characteristics of the component parts of the holding.

Key words: integrated structures, strategic planning, holding, life cycle, diversified corporations, competitiveness, external environment, organizational-production structures.

УДК 334.722

Ю. В. Пічугіна

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Д. Ю. Ярмолович

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

УМОВИ СТВОРЕННЯ АГЕНТСЬКОЇ КОМПАНІЇ В СФЕРІ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

Проаналізовані передумови виникнення необхідності створення агентських компаній починаючи з моменту створення морського торговельного флоту та транснаціональної торгівлі. Виділені умови створення агентських компаній в сучасних економічних умовах та обґрунтовані висновки щодо необхідності існування агентських компаній в сфері морського транспорту.

Ключові слова: морський транспорт, агентування, юридичні умови, кадрові умови, законодавство, агент, принципал, порти, судновласник.

В умовах посилення конкуренції підвищення якості транспортного обслуговування вантажовласників стає одним з головних шляхів завоювання або розширення морського транспортного ринку. Для цього необхідно добре знати запити споживачів транспортних послуг, правильно визначати маркетингову стратегію транспортного обслуговування конкретних вантажовласників і вміло її реалізовувати. Ця стратегія повинна, передусім, передбачати високий рівень якості пропонованих агентських послуг, що мають задовольняти усі потреби учасників транспортного ринку.

Необхідність існування агентських компаній в сфері морського транспорту була обґрунтована у низці спеціальних наукових публікацій як вітчизняних, так і зарубіжних вчених [1–4]. Але, незважаючи на їх важливість, в них не достатньо уваги приділено умовам створення агентських компаній в сучасних економічних умовах, що робить дану тему актуальною і в теоретичному, і в практичному відношенні.

Мета статті — проаналізувати умови створення агентських компаній в сфері морських перевезень та особливості їх функціонування на сучасному етапі розвитку світового і національного господарства.

Зародження морського агентування відноситься до глибокої давнини і пов'язане з поділом праці в міждержавній торгівлі. В період становлення і розвитку судноплавства судновласник найчастіше був одночасно і капітаном судна. Вантаж до порту призначення зазвичай супроводжував його власник. Традиційні функції морського агента, такі як виконання формальностей при приході або відході судна, здійснювалися капітанами суден.

З розвитком мореплавства і торгівлі все більше стала спостерігатися потреба у виділенні і розширенні функцій представника власника і посередника. Ці функції почали виконувати спеціально уповноважені особи,

які, перебуваючи на березі і добре знаючи місцеві умови, могли допомогти капітанові в його роботі з обслуговування судна.

Прикладом однієї з найдавніших форм міжнародних зв'язків є проксенія в Древній Греції (від лат. «про» — на користь, у захист; «ксенос» — чужоземець). Проксени, продовжуючи жити в рідному полісі, захищали особистість і права громадян іншого договірного міста-держави. У Древньому Римі після захоплення нових територій і утворення на них підвладних провінцій посилялися претори (від лат. *praetor* — той, що йде вперед), які виконували різні функції, в тому числі, і функції представництва. До наших днів у міжнародному праві збереглася назва «консул» — представник однієї держави в місті (порту) іншої держави. Так у середні віки називалися старійшини, яких зі свого середовища обирали для захисту своїх інтересів купці і мореплавці, що приїжджали у великі порти на Чорному, Балтійському, Північному і Середземному морях для вибору товарів і у пошуках покупців. І зараз у деяких країнах є агентські фірми, глави яких є позаштатними консулами.

На сучасному етапі розвитку економіки у всіх портах створюються спеціалізовані агентські компанії, що виконують функції представництва і посередництва, що надають послуги у вирішенні всіх питань, які виникають у зв'язку із заходом судна в порт. Працівники цих компаній — морські агенти — стають ключовими фігурами в морському бізнесі. Без їх участі сьогодні не вирішується жодне питання, пов'язане з експлуатацією сучасного морського судна.

У вітчизняній і закордонній літературі згадується цілий ряд термінів, пов'язаних з агентуванням, тобто крім терміну «морський агент», застосовуються і інші, зокрема, «портовий агент», «агент судовласника», «судновий агент», «довірена особа судна».

У правовій термінології більшості європейських країн найбільш уживаним є вираз «судновий агент» (англ. — «*ship's agent*», франц. — «*consignataire du navire*», нім. — «*schiffsagent*», «*schiffa macler*», італ. — рідко «*agente della nave*») [1].

Найбільш вдалим, на нашу думку, є таке визначення даного терміну: морський агент — це представник і помічник судовласника, що виступає від імені і за рахунок останнього відповідно до повноважень, що базуються на законі або договорі, у всіх справах судовласника комерційного і адміністративного характеру, які пов'язані з морським перевезенням вантажів або пасажирів.

Процес агентування судна характеризується участю в ньому трьох сторін — агента, його принципала і третіх осіб. Принципал (від лат. *principalis* — головний) — це основна стосовно агента юридична особа, з доручення, від імені якої і в інтересах якої агент робить певні дії в межах отриманих повноважень. Третьою стороною при здійсненні агентування є так звані треті особи, яких можна умовно розбити на 3 групи:

– офіційна влада: адміністрація портів, прикордонні, митні, карантинні органи, поліція, судові органи, консульства, нотаріуси і інші;

– особи, які перебувають у тривалих або короткочасних договірних відносинах з принципалом;

– інші треті особи, наприклад, сюрвейєри, адвокати, представники класифікаційних суспільств, клуби взаємного страхування та інші.

Основою діяльності агентських компаній є надання послуг принципалам — судновласникам або фрахтувальникам. Згідно з українським законодавством, винагорода за надання агентських послуг фіксована, підвищення прибутку можна забезпечити лише за рахунок збільшення обсягу наданих послуг або надання додаткових послуг. Лише зниження витрат і виключення помилок може розглядатися як шлях до підвищення прибутковості компанії такого типу.

Місія всіх підприємств, що працюють на ринку перевезень та агентських послуг, полягає в просуванні себе на ринку транспортних і агентських послуг, не забуваючи, звичайно, про підвищення рівня капіталізації. Від ефективності і безперервності функціонування таких підприємств залежать не тільки сучасна торгівля і народне господарство, але і темпи економічного розвитку країни в цілому, тому що вони є платниками податків. Що ж стосується агентських компаній, то вони є типовими представником фірм перевізників, що пропонують свої послуги з перевезення вантажів як по території України, так і за її межами. Не слід також забувати наявності більш широкого спектра послуг, а не лише агентування.

Основними клієнтами фірми є підприємства, що потребують перевезення різних за тоннажем, габаритам і небезпеці вантажів. Відповідно до них і визначається місія агентської фірми — сприяти підтримці і зміцненню підприємств і організацій, що обслуговуються фірмою, шляхом надання їм якісних транспортних послуг таким чином і в такому обсязі, які відповідають високим професійним стандартам, що забезпечують тим самим відповідний прибуток фірмі та приплив коштів в оборотні фонди.

На основі загальної місії формулюється і встановлюється мета підприємства — конкретні кінцеві стани або бажаний результат, досягти якого прагне підприємство.

Основна мета будь-якого підприємства (мається на увазі, звичайно, комерційне) — одержання прибутку. І агентські компанії не є виключенням. В умовах інфляції багатьом фірмам дуже не вигідно підписувати довгострокові контракти на перевезення, тому що міжнародні перевезення є досить довготривалим процесом. Коли оплата здійснюється через місяць, то фірма може отримати менше прибутку, що, в свою чергу, приводить до зменшення зростання оборотних фондів і, тим самим, до зниження темпів зростання фірми. У цьому випадку доводиться піднімати тарифи на перевезення, що диктуються ринком транспортних послуг. Але у випадку з агентуванням змінювати тарифи (комісію агента) забороняється державою, тому що розмір агентської комісії визначається згідно з чинним законодавством.

Для створення і успішного функціонування морського агентства необхідне виконання певних загальних умов, що однакові для всіх організацій, і особливих умов, які необхідні для такого специфічного виду діяльності, яким є агентування.

Серед загальних і особливих умов слід виділити юридичні передумови, які необхідні для створення агентства, матеріальні умови, які надають починаючій фірмі можливість виконувати економічну діяльність, кваліфіковані кадри (це головний елемент будь-якої діяльності по обслуговуванню), а також технічні умови, які забезпечують виробничу діяльність (рис. 1).

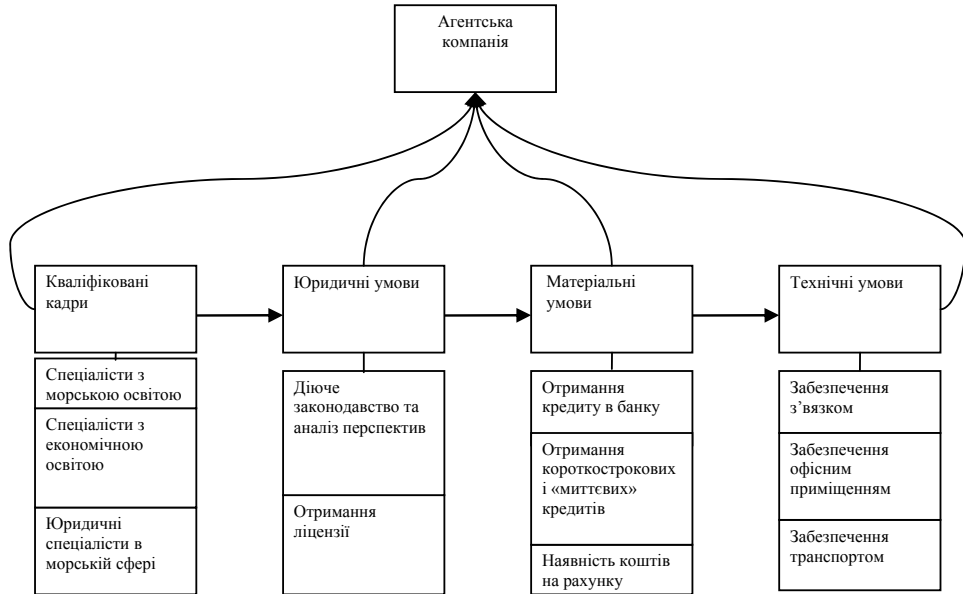


Рис. 1. Передумови створення агентської компанії

Юридичні передумови. Морські агентства, як і будь-які організації, створюються відповідно до законодавства країни перебування. У деяких випадках для заняття агентською діяльністю потрібно одержати ліцензію відповідно до діючого в країні законодавства.

Законодавча підтримка агентування в усіх країнах світу, за деякими винятками, ще не одержала достатньої уваги законодавців, що залишає широке поле діяльності для морських юристів [2]. На сьогодні в Україні агентські компанії діють згідно Кодексу торгового мореплавства та Цивільного кодексу, а саме статті — Посередницькі послуги.

Матеріальні умови. Для створення і початку роботи морського агентства засновник повинен попередньо мати у своєму розпорядженні достатні фінанси. Фахівці вважають, що для цього необхідні суми, здатні покрити дисбурсментські витрати хоча б по 1–2 судозаходах у порт. Згідно валютного законодавства, на території України заборонені валютні операції між резидентами країни. Агенти, як посередники між іноземним судновласником та, наприклад, портом, мають сплачувати рахунки в іноземній валюті тільки за кошти судновласників. У зв'язку з цим виникає проблема розрахування з портом своєчасно, тому що, поки судновласник здійснює платіж агентській фірмі, проходить деякий час. При цьому необхідно зна-

ти, що мова йде про організації високої акумулятивної здатності з рівнем рентабельності, що досягає, за деякими оцінками, 1000 %, які не мають дорогих основних засобів і здійснюють діяльність, і, відповідно, одержують доходи шляхом надання послуг.

Кадрові умови. Фахівець у своїй праці є найголовнішим фактором успішної діяльності в морському агентуванні. Не випадково, найавторитетніші морські організації, якими є FONASBA, ВІМКО та інші, пред'являють до цієї категорії фахівців, особливо до керівної ланки агентських компаній, найвищі вимоги.

Для ведення успішної діяльності і виконання відповідальних операцій морські агентства повинні мати в штаті працівників з особливими повноваженнями і особливим статусом. Крім того, потрібні і інші працівники, які виконують рядову роботу і повсякденні рутинні функції. Оптимальне співвідношення чисельності співробітників різних категорій, мінімальний рівень їх спеціальної підготовки, а також інші якості, які повинні мати працівники, визначає керівництво агентства.

Технічні умови. Морські агентства мусять відповідати і певним технічним умовам для нормального здійснення своєї діяльності. Для високоефективного здійснення послуг потрібно придбати або орендувати службові приміщення, автотранспорт, оргтехніку, засоби зв'язку, канцтовари й, можливо, уніформу для співробітників.

Кожна організація сама встановлює мінімум технічних засобів, які необхідні для залучення, по можливості, респектабельної клієнтури і успішного виконання агентської діяльності.

Морські агентства є зовнішньоторгівельними організаціями і повинні враховувати особливі умови для організацій, які працюють у сфері зовнішньої торгівлі і поєднують діяльність і засоби з іншими суб'єктами господарювання, що також здійснюють зовнішньоторгівельну діяльність.

Аналізуючи можливості об'єднання, слід особливо звернути увагу на врахування настання гіпотетичної відповідальності через ризики одержання збитків. Звичайно, для морських агентів об'єднання діяльності і засобів можливо тільки з національними виробничими або транспортними організаціями. На практиці морські агентства найчастіше поєднують свою діяльність і засоби з організаціями-перевізниками [3].

Таким чином, ми можемо дійти висновку, що для створення агентської компанії найважливішим є саме той момент, коли всі необхідні умови співпадуть. Саме це повинно привести до поліпшення конкурентного середовища на ринку агентських послуг.

Список використаної літератури

1. Петров И. М., Виговский В. А. Агентирование морских судов: теория и практика : Учебное пособие. — Черновцы: Книги-XXI, 2005. — 496 с.
2. Котлубай М. И. Становление морского транспорта в рыночной среде : Монография. — Одесса: ИПРЭИ НАНУ, 2005. — 224 с.
3. Приходько Ю. Н. Конкуренспособные транспортные услуги: мечты или реальность? // Транспорт и логистика. — 2005. — № 2.

4. Трошков А. А. Совершенствование методики агентирования судов и работы агентских компаний на базе современных информационных технологий: Дис... канд. техн. наук: 05.22.19. — СПб., 2004. — 160 с.
5. Пичугина Ю. В. Морская транспортно-экспедиторская деятельность: (проблемы повышения экономической эффективности). — Одесса: ИПРЭИ НАНУ, 2007. — 293 с.

Ю. В. Пичугина

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

Д. Ю. Ярмолович

Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН
Украины

УСЛОВИЯ СОЗДАНИЯ АГЕНТСКОЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ МОРСКОГО ТРАНСПОРТА

Резюме

Проанализированы условия возникновения необходимости появления агентских компаний начиная с момента образования морского торгового флота и возникновения транснациональной торговли. Выделены условия создания агентских компаний в современных экономических условиях, а также обоснована необходимость существования агентских компаний в сфере морского транспорта.

Ключевые слова: морской транспорт, агентирование, юридические условия, кадровые условия, законодательство, принципал, агент, порты, судовладелец.

J. V. Pichugina

Odessa I. I. Mechnikov National University

D. J. Iarmolovich

Institute of Market Problems and Economic-Ecological Research

CONDITIONS FOR CREATION OF AGENCY COMPANY IN THE FIELD OF MARINE TRANSPORT

Summary

Analyzing the key predictors of the necessity to create agent companies since the inception of the marine trade fleet and transnational trade. Were underlined conditions for creation of agency companies in the current economic situation and conclusions regarding the necessity of existence of agency companies in the field of marine transport.

Key words: marine transport, agency, legal terms, personal terms, legislation, principal, agent, ports, ship owners.

УДК 658.57:330.5

Ю. В. Робул

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ЦІЛЬОВА ФУНКЦІЯ МАРКЕТИНГУ НА РІЗНИХ РІВНЯХ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті досліджується питання цілепокладання маркетингової політики в умовах сучасної економічної трансформації. На основі аналізу літературних джерел показано, що маркетинг повинен розглядатись крізь призму холистичної концепції, яка включає функції маркетингу на різних рівнях економічної системи. Показано, що теперішнє бачення цільової функції та показників ефективності маркетингу не відповідає вимогам холистичної концепції маркетингу.

Ключові слова: цілепокладання маркетингу, холистична концепція маркетингу, ефективність маркетингу, макромаркетинг

З початку ХХІ століття значно загострилося питання про ефективність маркетингової політики. Провідні професійні організації з маркетингу визначили проблему вимірювання ефективності як один з головних пріоритетів наукових досліджень [19]. Проблеми ефективності маркетингу та його значення в економічній системі є предметом досліджень багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких Ф. Котлер, Ш. Хант, Д. Шет, Т. Амблер, П. Елліс, Дж. Ленсколд, А. О. Мавріна, І. Л. Решетнікова, В. П. Савчук, В. А. Верба. Питання ефективності маркетингу нерозривно пов'язане з його цільовою функцією, загальною роллю, яку він відіграє на різних рівнях економічної системи [3].

Традиційно маркетинг розглядається як одна з функцій управління організацією, що відповідає за адаптацію її діяльності до умов ринку. З огляду на це визначається мета маркетингу, тактичні інструменти і цільова функція (в т. ч. і критерії ефективності). В умовах спадної результативності від традиційних маркетингових заходів для забезпечення незмінного показника ефективності організації змушені збільшувати інтенсивність маркетингових зусиль, що звичайно призводить до збільшення витрат на маркетинг. За умов і без того зростаючої вартості саме маркетингових інструментів та їх питомої ваги у структурі витрат [14; 22] у короткостроковій перспективі це ускладнює економічне становище організації. Проблема ефективності маркетингової політики на рівні окремих організацій часто виявляється в тому, що інтенсифікація використання звичайних маркетингових заходів призводить до погіршення загального становища організації, в той час як використання інноваційних заходів не може бути детально сплановане в умовах відсутності достатнього досвіду. Названа проблема ще більше загострюється через обмежену масштабованість маркетингових витрат. Зараз вважається доведеним, що маркетинг є неодмінною передумовою одержання прибутку на рівні підприємства в умовах ринкової

економіки. Проте спроби емпірично виміряти вплив маркетингу на рівень прибутку організацій виявили дещо несподіваний результат. Так, за даними [6] зміна в результативності маркетингових зусиль обумовлює менше 8 % варіації показників прибутковості, в той час як значимість маркетингу для організацій в тій чи іншій країні зворотно пропорційна середньому рівню прибутковості.

Деякими авторами [7–9] відзначається, що саме по собі економічне зростання на створює достатніх умов для розвитку маркетингу та маркетингової орієнтації в організаціях і економіці в цілому. В той же час, з іншого боку, спостерігається очевидна позитивна кореляція між ступенем впливу маркетингу (нехай і невеликого у кількісному вимірі) і рівнем економічного розвитку, ступенем розвинутої ринку та якістю життя споживачів. В результаті спостерігається парадокс слабкого зв'язку маркетингу з результатами економічної діяльності на рівні окремих підприємств і явної кореляції ступеня розвитку маркетингу з загальним рівнем економічного розвитку, розвиненістю ринків та якістю життя споживачів. Наявність такого парадоксу робить актуальними дослідження цільової функції та економічного значення маркетингу на рівні окремих організацій та економіки в цілому.

Метою даної статті є розкриття цільової функції маркетингу на різних рівнях економічної системи та обумовлення відповідних напрямів визначення ефективності маркетингу.

В межах зв'язку між маркетингом на рівні мікро- та макроекономіки слід очікувати на наявність певних колективних ефектів, спричинених впровадженням маркетингу в більшості організацій. Ці колективні ефекти опосередковано проявляються на макроекономічному рівні через результати діяльності окремих організацій і створення певного ділового середовища, у якому окремі рішення стають очевидними, в той час, як деякі інші — а ргіогі неможливими.

За влучним означенням Дж. Фіска в умовах ринкової економіки «маркетинг є системою матеріально-технічного постачання суспільства» (цит. за [17]). Саме через маркетинг організації визначають, що саме, коли і як буде вироблене і запропоноване споживачеві. Таким чином, на рівні макроекономіки повинен існувати зв'язок між маркетингом та розвитком матеріальної інфраструктури людської діяльності, якістю життя, уречевленою через споживання та, з іншого боку, з антропогенним впливом на середовище життєдіяльності людини. В цих рамках розвиток маркетингу і комплексне визначення його ефективності слід розглядати у контексті сталого розвитку та соціальної відповідальності. Маркетингова діяльність, що визнається ефективною не повинна призводити до наслідків, несумісних з сталим розвитком чи соціальною відповідальністю. Ця вимога повинна знайти своє віддзеркалення у показнику чи системі показників вимірювання ефективності маркетингу. В питанні розуміння концепції маркетингової політики видається необхідним враховувати, як це пропонувалось ще у [4; 10], результат маркетингових дій на індивідуальному та суспільному рівнях, довгострокові наслідки маркетингових рішень, цінність нематері-

ального ресурсу організації та її репутацію. В першому наближенні необхідно відокремити продуктивність та ефективність у маркетингу, а також пов'язати результативність організацій та економічний розвиток.

Ми вважаємо, що цільова функція маркетингу має будуватись довкола здатності організації створювати нові цінності і доносити їх споживачеві, адаптувати поведінку споживачів до планів компанії і створення інновацій. Цей показник повинен включати:

- економічний ефект від маркетингових заходів у коротко- та середньостроковій перспективі — як збільшення обсягу продажу в результаті маркетингових заходів;

- економічний ефект від маркетингової діяльності у довгостроковій перспективі — як результат інвестицій у створення і підтримку бренду та інших нематеріальних ринкових активів, або створення тимчасової монополії;

- економічний ефект від створення та (або) впровадження ринкових інновацій;

- довгостроковий ефект маркетингової політики на конкурентоспроможність підприємства, в т. ч. через розвиток організаційної культури та систем ухвалення рішень;

- ефект від маркетингової політики на розвиток галузі, ринку і споживання, підвищення якості життя і розвиток суспільства. Економічна складова цього ефекту пов'язана з створенням структурних передумов конкурентоспроможності суспільства і країни (групи країн) [20].

Оскільки функціональне призначення маркетингу полягає у налагодженні та підтриманні обмінів між виробниками і споживачами, то розвиток маркетингу уявляється щільно пов'язаним з розвитком ринкової кон'юнктури — обсягом та кількістю транзакцій на ринку в економіці в цілому, тобто діловою активністю [15; 16]. Проте, з іншого боку, обсяг та кількість транзакцій самі по собі не дозволяють відділити ефективність маркетингу від розміру економіки. Найвні зараз результати досліджень свідчать, що розмір економіки, так само як і показники економічного зростання самі по собі не є достатньою умовою розвитку маркетингу (хоча є умовою обов'язковою) [1; 9]. Розвиток маркетингової системи повинен спиратись на розвиток структури економіки (ринку), взаємний розвиток всіх структурних елементів, розвиток інститутів економіки і господарства, а не кількісне нарощування результативності, яке здатне викликати і почасти викликає структурні деформації економіки, несумісні з сталим розвитком суспільства. В результаті механічного нарощування обсягів маркетингової діяльності на значній кількості підприємств цілком може зменшитись здатність економіки до створення і розвитку інноваційних продуктів та процесів діяльності, про що робив попередження ще Дж. К. Гелбрейт [11], і, в цілому, негативно позначатись на макроекономічній ситуації.

Цікаво відзначити, що на можливість впливу маркетингу на економічне становище суспільства в цілому, а не лише на фінансовий результат окремих організацій, вказувалось ще на ранніх етапах розвитку теорії та практики маркетингу. Наприклад, Ф. Е. Кларк відзначав, що в суспіль-

ному вимірі завданням маркетингу повинно стати «встановлення такого способу реалізації маркетингової політики, який призведе до покращення економічного статусу спільнот у цілому» [4].

Поширене зараз бачення концепції маркетингу, яке виявляється, поміж іншим, у розумінні ефективності маркетингу, таким умовам не відповідає. В теперішній час найбільш популярною позицією є та, що маркетинг повинен допомогти підприємствам у створенні грошового потоку. Цільовою функцією маркетингу при цьому є дисконтований грошовий потік та окупність витрат на маркетингові заходи (ROI — Return On Investment) [1; 2; 5]. Ця концепція знайшла широке відображення у вітчизняній науці [24–31]. В результаті відбулося до певної міри ототожнення ефективності маркетингу і окупності маркетингових витрат, що призвело до зміщення фокусу уваги маркетингу на управління маркетинговими витратами і розуміння результатів маркетингової діяльності мовою фінансових показників. В цих рамках ефективний маркетинг означає маркетингові зусилля з правильним значенням ROI [18; 21]. Хоча результати впровадження визначення ROI маркетингу свідчать про важливі позитивні зрушення в роботі маркетингових служб та зміцненні їх репутації, що відбувається завдяки кращому усвідомленню фінансових наслідків маркетингових рішень, сумнівим видається, що визначення цільової функції маркетингу через створення грошового потоку, вимірюваного за допомогою інвестиційних показників, є рухом у правильному напрямку. Використання цих показників не дозволяє керувати результативністю маркетингової політики та ігнорує означення маркетингу як соціального процесу [12; 13]. Цей підхід ставить одним з головних завдань маркетолога розрахунок прогностичних значень фінансових показників, що не є його фахом і набагато краще вдається фінансовим менеджерам. Таке розуміння цілі маркетингу залишає без задовільної відповіді питання про склад специфічних фахових компетенцій маркетолога і функціональних обов'язків маркетингових служб, інструменти інтеграції маркетингових рішень у стратегію організації та її реалізації, в т. ч. забезпечення соціальної відповідальності маркетингових рішень і стратегій.

Є інші серйозні заперечення розгляду грошового потоку як цільової функції маркетингу. По-перше, вся концепція ґрунтується на управлінні витратами на маркетинг як інвестиціями, в той час, як вони ними не є. В усталеному розумінні інвестиція — це дія, пов'язана з вкладанням вільних коштів для одержання результату в майбутньому, причому період вкладання, як правило, значно довший за один рік. У фінансовій звітності підприємств інвестиції відображаються у балансі, в той час як витрати — у звіті про фінансові результати. В той час, як окремі елементи маркетингової політики — розвиток бренду, наприклад, відповідають такому розумінню, маркетингова політика в цілому — ні. Вона обов'язково включає тактичні маркетингові заходи — реалізацію комплексу тактичних інструментів управління організацією, котрий повинен мати передбачене фінансування у бюджеті незалежно від окупності кожного окремого складника, що належить до поточних операцій і поточного фінансування. По-друге, практична реалізація цього бачення ґрунтується на прогнозу-

ванні функції реакції ринку на маркетингові заходи, що потребує, зокрема, знання про те,

- за яким законом спадає ефект від маркетингового заходу;
- як визначити сумарний ефект кількох різних маркетингових заходів або однакових заходів, реалізованих у різні моменти часу;
- як виокремити в сумарному ефекті, який змінюється в часі, внесок кожного окремого маркетингового заходу або програми, при тому, що очевидно, як і у попередньому пункті, що накладання ефекту різних акцій є нелінійним;
- якою буде реакція конкурентів і яким чином вона вплине на конфігурацію ринку.

Отримати таку інформацію для компанії є надзвичайно складним завданням, яке в деяких випадках (наприклад, створення нового товару чи вихід на нові ринки) практично неможливо виконати. Це також не дає жодної відповіді на те, як узгодити маркетингові стратегії та управлінські рішення з розвитком ринку та економічної системи.

По-третє, якщо припустити, що проблеми, перераховані вище, вдалось би задовільно розв'язати, виникає наступна. Виявляється, що маркетингова політика, спрямована на одержання максимального значення ROI, дозволяє одержати прибуток менший максимального практично досяжного за даних умов [32]. Отже, для того, щоб одержати максимальну ефективність маркетингової політики — тобто в даному наближенні максимальний ROI, — підприємство мусить недоотримувати прибуток, що не відповідає уявленням про економічну ефективність і призначення маркетингу як інструменту створення грошового потоку. По-четверте, прогноз доходів і видатків у цьому методі повинні робити маркетологи — тобто ті, хто буде здійснювати видатки, а не одержувати доходи (їх одержують відділи продажу), що породжує очевидний конфлікт інтересів. Не варто також забувати, що показник ROI є відносним і не показує абсолютного розміру ні доходу, ні прибутку, в той час як саме вони є цільовими параметрами управління підприємством. Якщо за допомогою окупності витрат на маркетинг і можна визначити якийсь узагальнюючий показник маркетингової політики, то це скоріше продуктивність маркетингу, ніж його ефективність. Справді, якщо мати незалежне підтвердження того, що обраний спосіб створення і донесення споживчої цінності є правильним і дійсно відкриває шлях до побудови конкурентної переваги, то управління далі повинно концентруватись на тому, щоб одержати максимально можливий результат і робити речі правильно. Проте, проблема ефективності маркетингу і неоднозначне ставлення до нього з боку менеджерів і власників якраз і обумовлена сумнівами у тому, чи допомагає маркетинг робити правильні речі, тобто чи є він у власному сенсі ефективним. Жоден показник, тим більше взятий окремо, не здатен дати відповідь на поставлене питання.

Холістична концепція маркетингу, яка відповідає умовам сталого розвитку та соціальної відповідальності, може бути створена на основі поняття про маркетингову орієнтацію підприємства, доповнену вимогами соціальної відповідальності і узгодженістю з потребою сталого розвитку

бізнесу і суспільства [23]. Розвиток холистичної (комплексної) концепції маркетингу повинен враховувати також особливості інформаційного суспільства та інформаційної економіки, видимі вже зараз, а також прогнози розвитку ринків і ринкових транзакцій.

Вимоги сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу обумовлюють істотне розширення цільової функції маркетингу. Нова цільова функція маркетингу повинна включати досягнення цілей як на рівні мікроекономіки, так і на рівні макроекономіки. Відповідно, показники результативності маркетингу повинні відображати не лише зміну у кількісних результатах економічних суб'єктів, але і структурні зміни в економічній системі як такій. Порівняльний аналіз ефективності маркетингу в різних частинах світу показує, що найбільш вагомим елементом економічної системи маркетинг стає у складних та розвинутих економічних системах із великим обсягом і значною складністю транзакцій.

Список використаної літератури

1. Ambler T. Assessing Market Performance: The Current State of Metrics / T. Ambler, F. Kokkinaki, S. Puntoni, D. Riley. — London: London Business School, 2001. — 68 p. — (Centre for Marketing Working Paper; № 01-903).
2. Ambler T. Beware The Silver Metric: Marketing Performance Measurement Has To Be Multi-dimensional / T. Ambler, J. Roberts. — London: London Business School, 2005. — 14 p. — (Centre for Marketing Working Paper; № 05-709).
3. Beckman T. N. Criteria of marketing efficiency / T. N. Beckman // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. — 1940. — Т. 209. — P. 133-140.
4. Clark F. E. Criteria of marketing efficiency / F. E. Clark // *The American Economic Review*. — 1921. — Т.11, № 2. — P. 214-220.
5. Cummings E. M. Metrics Revolution / E. M. Cummings // *CMO Magazine*. — 2004. — September. — P. 35-39.
6. Ellis P. D. Market Orientation and Practice in a Developing Economy / P. D. Ellis // *European Journal of Marketing*. — 2005. — Т.39, № 5/6. — P. 629-645.
7. Ellis P. D. Distance, Dependence & Diversity of Markets: Effects on Market Orientation / P. D. Ellis // *Journal of International Business Studies*. — 2007. — Т.38, № 3. — P. 374-386.
8. Ellis P. D. Is Market Orientation Affected by the Size and Diversity of Customer Network / P. D. Ellis // *Management International Review*. — 2009.
9. Ellis P. D. International trade intermediaries and the transfer of marketing knowledge in transition economies / P. D. Ellis // *International Business Review*. — 2010. — Т.19, № 1. — P. 16-33.
10. Engle N. H. Measurement of Economic and Marketing Efficiency / N. H. Engle // *The Journal of Marketing*. — 1941. — Т.5, № 4. — P. 335-349.
11. Galbraith J. K. The quantitative position of marketing in the United States / J. K. Galbraith, J. D. Black // *The Quarterly Journal of Economics*. — 1935. — Т.49, № 3. — P. 394-413.
12. Hunt S. D. The Nature and Scope of Marketing / S. D. Hunt // *Journal of Marketing*. — 1976. — Т.40, № 3. — P. 17-28.
13. Kotler P. A Generic Concept of Marketing / P. Kotler // *Journal of Marketing*. — 1972. — Т.36, № 2. — P. 46-54.
14. Kotler P. Ten Deadly Marketing Sins: Signs And Solutions / P. Kotler. — Hoboken; N. J.: Wiley, 2004. — 152 p.
15. Layton R. A. Marketing Systems — A Core Macromarketing Concept / R. A. Layton // *Journal of Macromarketing*. — 2007. — Т.27, № 3. — P. 227-242.
16. Layton R. A. On Economic Growth, Marketing Systems, and the Quality of Life / R. A. Layton // *Journal of Macromarketing*. — 2009. — Т.29, № 4. — P. 349-362.

17. Mittelstaedt J. D. Macromarketing Perspectives on Sustainable Consumption / J. D. Mittelstaedt, W. E. Kilbourne // Sustainable Consumption and Production: Framework for Action: тез. доп. — Bruxelles, 2008. — P. 17–26.
18. Morgan N. A. Linking marketing capabilities with profit growth / N. A. Morgan, R. J. Slotegraaf, D. W. Vorhies // International Journal of Research in Marketing. — 2009. — Т.26, № 4. — P. 284–293.
19. Pont M. Measuring marketing performance: a critique of empirical literature / M. Pont, R. Shaw // Australian & New Zealand Marketing Academy. Conference (2003: Adelaide, South Australia): тез. доп. — Adelaide, 2003. — P. 2064–2073.
20. Porter M. E. Competitive advantage / M. E. Porter. — New-York: Free Press, 1985.
21. Rust R. T. Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions / R. T. Rust, T. Ambler, G. S. Carpenter, V. Kumar, R. K. Srivastava // Journal of Marketing. — 2004. — Т.68, № 4. — P. 76–89.
22. Sheth J. N. Marketing productivity: issues and analysis / J. N. Sheth, R. S. Sisodia // Journal of Business Research. — 2002. — Т.55, № 5. — P. 349–362.
23. Van Dam Y. K. Sustainable marketing / Y. K. Van Dam, P. A. C. Apeldoorn // Journal of Macromarketing. — 1996. — Т.16, № 2. — P. 45–56.
24. Білик М. С. Аналіз результативності діяльності маркетингових служб підприємства / М. С. Білик, Г. І. Кіндрацька, В. М. Білик // Вісник національного університету «Львівська політехніка». — 2008. — Серія «Логістика», № 633. — С. 43–50.
25. Верба В. А. Сучасні методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства / В. А. Верба, О. М. Гребешков // ecomomica.org.ua. — 2009. — С. 1–9.
26. Мавріна А. О. Проблеми співпраці між відділами маркетингу і фінансів на підприємстві: конфлікти цілей та негативні наслідки / А. О. Мавріна // Вісник національного університету «Львівська політехніка». — 2008. — Серія: Проблеми економіки та управління, № 628. — С. 204–209.
27. Мавріна А. О. Оцінювання ефективності маркетингових заходів / А. О. Мавріна // Вісник національного університету «Львівська політехніка». — 2009. — Серія: Проблеми економіки та управління, № 640. — С. 334–341.
28. Мавріна А. О. Бюджетування витрат у системі «фінансовий менеджмент — маркетинг» промислового підприємства / А. О. Мавріна // Вісник національного університету «Львівська політехніка». — 2010. — Серія: Проблеми економіки та управління, № 683. — С. 376–381.
29. Решетнікова І. Л. Оцінка ефективності маркетингової діяльності на підприємстві / І. Л. Решетнікова // Механізм регулювання економіки. — 2009. — № 4 (Т. 2). — С. 65–69.
30. Савчук В. Оцінка ефективності маркетингових програм / В. Савчук, О. Будаєва // Економіка України. — 2005. — № 1. — С. 47–52.
31. Туніцький Н. О. Особливості використання методики «гомі» для визначення ефективності інвестицій у маркетинг підприємств-імпортерів меблів / Н. О. Туніцький // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 4. — С. 145–152.
32. Шоу Р. Прибыльный маркетинг: Окупається ли ваш маркетинг?: Пер. с англ. / Р. Шоу, Д. Меррик; под ред. О. Мальцевой. — К.: Companion Group, 2007. — 496 с.

Ю. В. Робул

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ЦЕЛЕВАЯ ФУНКЦИЯ МАРКЕТИНГА НА РАЗЛИЧНЫХ УРОВНЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Резюме

В статье исследуется вопрос целеполагания в маркетинге в условиях современной экономической трансформации. На основании анализа литературных источников показано, что маркетинг следует рассматривать в рамках холистической концепции, которая включает функции маркетинга не только на микро-, но и макроэкономике. Показано, что современное видение целевой функции и показателей эффективности не соответствует требованиям холистической концепции маркетинга.

Ключевые слова: целеполагание маркетинга, холистическая концепция маркетинга, эффективность маркетинга, макромаркетинг.

Y. V. Robul

Odesa I. I. Mechnikov National University

MARKETING GOAL-SETTING ON DIFFERENT LEVELS OF ECONOMIC SYSTEM

Summary

The article explores goal-setting issues in marketing under conditions of modern economic transformation. A broad analysis of literature sources, undertaken in the article shows that marketing should be treated and practiced in the holistic framework, which includes marketing performance and productivity on the level of microeconomics as well as on the level of macroeconomics. It argues that the way and tools being used for tracking of marketing performance now do not comply with the holistic concept of the marketing.

Key words: goal-setting in marketing, holistic concept of marketing, productivity of marketing, macromarketing.

УДК 331

С. Я. Салига
О. В. Корнієнко

Класичний приватний університет м. Запоріжжя

СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ

У статті розглянуто існуючі підходи до визначення ефективності управлінської праці; запропоновано власне визначення категорії «ефективність використання управлінського персоналу»; сформульовано пропозиції щодо класифікації методів визначення ефективності управлінського персоналу.

Ключові слова: управлінський персонал, ефективність, управлінська праця, соціальна ефективність, психофізіологічна ефективність, рівень ефективності.

Проблема визначення ефективності використання персоналу є однією з центральних у дослідженнях економістів. Існує багато підходів до оцінки ефективності трудових ресурсів, але остаточної методики розрахунку цього показника поки що не розроблено. Не існує також єдиного підходу до визначення сутності категорії «ефективність використання управлінського персоналу». Це й спонукало авторів статті до проведення досліджень у цьому напрямку.

До теоретичних та методичних питань дослідження ефективності використання управлінського персоналу підприємства звертались такі вітчизняні науковці, як С. Белановський, Л. Бондаренко, О. Воронін, В. Гончаров, О. Додонов, О. Кендюхов, Ю. Лисенко, О. Мороз, О. Пастух, Ю. Рабініна, У. Расулова, І. Семенча, Т. Синиця, С. Сурков, О. Турецький, Д. Ядранський, В. Яременко та інші. Незважаючи на численні публікації, які стосуються проблеми визначення ефективності діяльності управлінського персоналу, на сьогодні не існує конкретної відповіді на питання щодо сутності категорії «ефективність використання управлінського персоналу» та не розроблено єдиної класифікації методів визначення ефективності діяльності керівників, фахівців та службовців (КФС). Це й зумовлює актуальність даної статті.

Метою статті є розкриття сутності поняття «ефективність використання управлінського персоналу», що, на відміну від існуючого, визначається за показниками результатів та витрат живої праці.

Як відомо, праця розглядається в двох аспектах — минула праця, яка втілена в матеріальних благах, й жива, що являє собою дію працівників над предметом праці, в ході якої витрачається фізичний та інтелектуальний ресурс людини.

Визначення ефективності минулої праці — нескладний процес, адже її результатом є певний продукт. Жива праця також впливає на створення як кінцевого, так і проміжного продукту виробництва, але при цьому ви-

разити її ефективність таким показником, як продуктивність праці, неможливо.

Яким же чином можна визначити ефективність живої праці, до якої належить й управлінська?

Більшість науковців стверджують, що ефективність праці — це її результативність. Але результат — це ефект, а ефективність — це співвідношення отриманого результату та витрачених ресурсів. Також ефективність характеризується тривалістю в часі. Хоча ці категорії не є тотожними, вони обидві є важливими в оцінці використання управлінського персоналу.

Часто дослідники ототожнюють поняття «продуктивність» та «ефективність», забуваючи при цьому, що у показнику продуктивності праці у знаменнику знаходиться чисельність персоналу замість грошових витрат, а в чисельнику — весь результат (від використання уречевленої та живої праці). Рентабельність персоналу також не можна назвати показником ефективності використання персоналу, адже прибуток є частиною витрат живої праці [9, с. 69]. Таким чином, співвідношення прибутку до витрат праці є не чим іншим, як порівнянням витрат з витратами.

Через специфічність такого чинника виробництва, як праця, категорія «ефективність праці» має також свої особливості, які виражаються у тому, що прийнято виділяти психофізіологічну та соціальну ефективність. Психофізіологічна ефективність праці пов'язана із впливом трудового процесу на організм окремої особи. Соціальна ефективність — це визначення можливості соціального та професійного розвитку працівника у трудовому колективі.

Під економічною ефективністю праці деякі науковці розуміють відносну економію її витрат та зменшення трудомісткості.

Оскільки працівники є відокремленими одиницями, кожна з яких існує сама по собі, то при розгляді їх ефективності слід також звертати увагу на такі поняття, як синергія та крос-синергія. Синергія означає отримання результату від взаємодії двох елементів, що значно перевищує звичайну суму ефектів від дії цих елементів. Крос-синергія — це взаємодія трьох і більше елементів, яка призводить до виникнення нададдитивного ефекту.

Існує досить багато визначень понять «ефективність управлінської праці», «ефективність управлінського персоналу» та «ефективність використання управлінського персоналу». Розглянемо еволюцію розвитку цих понять за допомогою табл. 1.

Як бачимо з табл. 1, майже всі визначення зводяться до того, що ефективність управлінського персоналу виражається через співвідношення його результатів і витрат. При цьому автори, які займалися дослідженням цієї проблеми, по-різному визначали результати та витрати управлінської діяльності. Так, Г. Слезінгер схилився до того, щоб вимірювати ефективність управлінської праці з позиції її інформаційного змісту. Досить тривалий час й інші науковці дотримувалися думки, що результатом діяльності КФС є кількість зроблених креслень або звітів. Але принцип порівняності результатів та витрат при визначенні ефективності управлінської праці вказав на хибність поглядів Г. Слезінгера та зумовив необхідність пошуку

нових методів визначення ефективності діяльності КФС. І дійсно, якщо можна виміряти витрати на управлінський персонал в грошовому еквіваленті, то й результати мають бути вимірювані в грошових одиницях, а інформація є не результатом, лише засобом досягнення результату управлінської діяльності.

Таблиця 1

Визначення сутності категорії «ефективність управлінської праці»

Джерело	Визначення
Слезінгер Г. [10, с. 82].	Загальна ефективність інженерно-управлінської праці складається з її здатності здійснювати відповідну роботу за одиницю часу, забезпечуючи при цьому оперативність, надійність та оптимальність управління виробництвом.
Полтавцев І. [7, с. 8].	Ефективність інженерно-управлінської праці — це співвідношення результату, яким є не лише інформація, але й частина матеріального продукту, та витрат на управлінський персонал.
Пригарін А., Беккер І., Тимофєєва Н. [5, с. 5].	Ефективність праці службовців — міра відповідності витрат та результатів їх праці критеріям, що характеризують досягнення цілей діяльності промислового підприємства.
Копитова І. [3, с. 7].	Оцінка ефективності управління промисловим виробництвом — це специфічне відношення її суб'єкта, виражене в понятійній формі, до реальної ефективності управління виробництвом, в результаті якого відбувається порівняння визначеної ефективності з еквівалентом на основі його вибору в якості критерію задоволення потреби у високих результатах виробництва при оптимальній організації процесу управління.
Горшкова Е. [2, с. 42].	Ефективність управлінської праці — це співвідношення її корисного результату та обсягу використаних або витрачених для цього ресурсів.
Лисенко Ю. [4, с. 67].	Ефективність використання управлінського персоналу — ступінь досягнення цілей і вирішення завдань діяльності підприємства шляхом ефективного формування, діяльності і розвитку управлінського персоналу.
Порохня В., Ладунка І. [8, с. 153].	Ефективність управлінської праці — соціально-економічна категорія, що характеризує рівень результативності управлінської діяльності щодо реалізації мети управління.

Проаналізувавши вищезазначені поняття, можна дати таке визначення категорії «ефективність використання управлінського персоналу»: це співвідношення результатів живої праці, які є частиною кінцевого чи проміжного продукту виробництва, до витрат, що пов'язані з використанням керівників, фахівців та службовців.

У науковій літературі точиться полеміка з приводу розрахунку ефективності управлінської праці. Які вихідні дані мають бути у чисельнику та

знаменнику зазначеного показника? Як урахувати витрати минулої праці? Чи можна розрахувати ефективність управлінської праці на підприємстві? Як розрахувати ефективність праці управлінського персоналу та яким чином вона пов'язана із виробленою продукцією?

До визначення ефективності праці існують різні підходи. Зокрема, рівневий підхід до оцінки ефективності управління виокремлює в процесі оцінки три рівні ефективності: 1) індивідуальний; 2) груповий; 3) організаційний та відповідні фактори, що на них впливають. Ефективність управління при цьому формується як інтегрований результат індивідуальної, групової та організаційної ефективності з урахуванням синергічного ефекту.

На базовому рівні знаходиться індивідуальна ефективність керівника, яка відображає певний набір якостей окремого працівника. Такі якості створюють підґрунтя для ефективної роботи, але не є показниками ефективності, адже не мають прямого впливу на результат діяльності керівника.

Діяльність менеджерів різних рівнів в організації не є відокремленою, що потребує врахування ще одного поняття — групова ефективність. У деяких випадках групова ефективність являє собою просту суму внесків усіх членів групи. В інших випадках внаслідок синергічного ефекту групова ефективність є дещо більшою за суму окремих внесків. Поняття групової ефективності пов'язане з поняттям ефективної структури персоналу.

Нарешті третій вид — організаційна ефективність. Організації складаються зі співробітників і груп; отже організаційна ефективність включає індивідуальну й групову ефективність. Однак, за рахунок синергічного ефекту організаційна ефективність перевищує суму індивідуальної й групової ефективності.

Науковці І. Полтавцев та А. Головачов пропонують розрізняти два види ефективності залежно від методу та рівня обліку результативності управлінської праці — загальну та індивідуальну [7, с. 28]. Індивідуальна ефективність виражається в тому, як працівник виконує свої посадові функції та не враховує його впливу на загальні результати діяльності структурного підрозділу або всього підприємства в цілому. Загальна, навпаки, враховує внесок управлінського персоналу у підвищення ефективності виробництва і може бути виражена певними показниками, які формуються залежно від завдань оцінки керівників, фахівців та службовців.

Ґрунтуючись на вищезазначених видах ефективності, І. Полтавцев та А. Головачов одними з перших серед тих, хто досліджував проблему визначення ефективності використання управлінського персоналу, спробували не лише оцінити цю категорію персоналу з погляду якісних характеристик та рівня виконання посадових обов'язків, але й установити залежність між результатами та витратами діяльності КФС. Вони виділили три методи оцінки: 1) за результатами; 2) за витратами; 3) шляхом співвідношення результатів і витрат. І. Полтавцев та А. Головачов стверджують, що поряд з поняттям ефективність управлінської праці при її оцінці можна викорис-

товувати поняття результативність, продуктивність, трудомісткість праці, а також економічність апарату управління [7, с. 36].

Розрахунок ефективності використання управлінського персоналу не є можливим без визначення чинників, що впливають на ефективність праці менеджерів. Так, у своїй монографії [1] С. Белановський визначив такі фактори, що впливають на ефективність управлінської праці:

- навантаження на управління;
- матеріальне та нематеріальне стимулювання праці;
- організація оплати праці;
- система оцінки трудової діяльності працівника;
- плинність управлінських кадрів.

О. Мороз виділяє три групи показників, які використовують при оцінці ефективності управлінського персоналу та характеризують [6, с. 30–31]:

- кінцеві результати діяльності корпорації;
- зміст та організацію процесу управління, включаючи безпосередні результати та витрати управлінської праці;
- рівень ділових якостей, потенціал кар'єрного зростання та особистісні якості керівників, а також ступінь виконання їх посадових обов'язків.

Загалом існує безліч підходів до визначення ефективності управлінської праці. Їх переважна більшість базується на експертному методі та методі коефіцієнтів. Перший є більш поширеним, адже немає єдиної чіткої відповіді, яким саме є результат управлінської діяльності. Якщо уявити його як частину сукупного кінцевого продукту виробництва, то яким чином виокремити саме її з сукупного продукту? Як ця частина співвідноситься зі вкладом промислово-виробничого персоналу?

Відсутність відповідей на ці та інші питання, які пов'язані з проблемою визначення ефективності використання управлінського персоналу, обумовлює те, що деякі дослідники відмовляються від розробки методів оцінки ефективності управлінського персоналу в цілому та оцінки КФС окремого функціонального підрозділу на користь оцінки індивідуального працівника зазначеної категорії персоналу.

Дослідивши існуючі методи визначення ефективності використання управлінського персоналу, пропонуємо таку класифікацію методів оцінки КФС (табл. 2).

Пропонована нами класифікація дозволяє систематизувати уявлення про оцінку ефективності використання управлінського персоналу.

Отже, таким чином, ефективність використання управлінського персоналу — це співвідношення результатів живої праці, які є частиною кінцевого чи проміжного продукту виробництва, до витрат, пов'язаних з використанням управлінської праці.

Класифікація методів визначення ефективності управлінського персоналу повинна базуватися на таких основних ознаках: спосіб представлення результатів, спосіб проведення оцінки, спосіб збору даних, спосіб представлення кінцевого результату, вид представлення витрат і результатів, об'єкт оцінки, спосіб колективної взаємодії, та предмет оцінки.

**Пропонована класифікація методів оцінки ефективності
використання управлінського персоналу**

Ознака	Методи оцінки	
За способом представлення результатів	Числовий	
	Графічний	
	Табличний	
	Ранжирування	
За способом проведення оцінки	Коефіцієнтний	
	Експертний	
	Нормативний	
За способом збору даних	Біографічний	
	Співбесіда	
	Анкетування	
	Соціологічне опитування	
	Спостереження	
	Тестування	
	Аналіз конкретних ситуацій	
	Запрограмований контроль	
	Іспит	
	Самозвіт	
	Атестація керівника	
	За способом представлення кінцевого результату	У вигляді інтегрального показника
		У вигляді набору коефіцієнтів
За видами представлення витрат і результатів	Ресурсний	
	Витратний	
За об'єктом оцінки	Індивідуальний	
	Колективний	
За способом колективної взаємодії	Ділова гра	
	Критичний інцидент	
За предметом оцінки	За результатами	
	За витратами	
	Співвіднесення витрат і результатів	

Список використаної літератури

1. Белановский С. А. Факторы эффективности управленческого труда в промышленности : монография / С. А. Белановский. — М. : Наука, 1988. — 168 с.
2. Горшкова Е. В. Критерии эффективности труда государственных гражданских служащих / Е. В. Горшкова // Управление персоналом. — 2007. — № 15 (169). — С. 42.
3. Копитова І. В. Оцінка ефективності управління промисловим виробництвом (методологія та практика) : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.07.01 / І. В. Копитова. — К., 2002. — С. 7.
4. Лисенко Ю. В. Ефективність використання управлінського персоналу машинобудівних підприємств: дис.... кандидата екон. наук: 08.00.04 / Ю. В. Лисенко. — Запоріжжя, 2008. — С. 67.
5. Методические основы оценки эффективности труда служащих / [Пригарин А. А., Беккер И. И., Тимофеева Н. Б.]. — М. : Экономика, 1989. — С. 5.
6. Мороз О. С. Підвищення ефективності управлінської праці у корпоративних структурах : дис. ... канд. екон. наук : 08.09.01 / Олег Семенович Мороз. — Донецьк, 2005. — 202 с.
7. Полтавцев И. Н. Инженерно-управленческий труд : затраты, эффективность : монография / И. Н. Полтавцев, А. С. Головачев. — Минск : БГУ, 1979. — 128 с.

8. Порохня В. М. Науково-методичні основи оцінювання ефективності діяльності управлінського персоналу підприємств / В. М. Порохня, І. С. Ладунка // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. — 2008. — № 5. — С. 153.
9. Салига К. С. Ефективність господарської діяльності підприємств : монографія / К. С. Салига. — Запоріжжя : ЗЦНТЕІ, 2005. — 180 с.
10. Слезингер Г. Э. Труд в управлении промышленным производством / Г. Э. Слезингер. — М. : Экономика, 1967. — С. 82.

С. Я. Салига

О. В. Корниенко

Классический частный университет г. Запорожья

СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА

Резюме

В статье рассмотрены существующие подходы к определению эффективности управленческого труда; предложено собственное определение категории «эффективность использования управленческого персонала»; сформулированы предложения относительно классификации методов определения эффективности управленческого персонала.

Ключевые слова: управленческий персонал, эффективность, управленческий труд, социальная эффективность, психофизиологическая эффективность, уровень эффективности.

S. Y. Saliga

O. V. Kornienko

Classic private university of Zaporizhzhya

ESSENCE AND METHODS OF DETERMINATION OF EFFICIENCY OF THE USE OF MANAGERIAL STAFF

Summary

In this article the essence of the effectiveness of managerial work is considered; the own interpretation of the economy category of «effectiveness of managerial personnel» is suggested; the methods classification of effectiveness of managerial personnel evaluation is proposed.

Key words: managerial personnel, effectiveness, managerial work, social effectiveness, psycho physiological effectiveness, level of effectiveness.

УДК 658.03

Н. Г. Сербов

Одесский государственный экологический университет

НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К ЭКОНОМИКО-ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ВОДНЫХ БАССЕЙНОВ КАК СОВОКУПНОСТИ ОБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Рассмотрена возможность компенсации убытков предприятия за счет расширения природоохранной деятельности и модернизации оборудования, технологий и приемов работы.

Ключевые слова: убытки, компенсация, модернизация, природоохранная деятельность.

Одним из важнейших вопросов освоения природных ресурсов при осуществлении производственно-хозяйственной деятельности на территории водных бассейнов есть экономико-экологическая оценка совокупности объектов хозяйствования. Эта оценка позволяет понять сравнительную экономическую эффективность использования природных и энергетических ресурсов во всех производственно-хозяйственных объектах, действующих на территории водного бассейна, а также особенности водотоков и водохранилищ, как объектов природопользования при существующих условиях. Указанные оценки дают возможность установить зависимость хозяйственной полезности экологических, социальных и экономических свойств территории водных бассейнов, расположенных в непосредственной близости от водных объектов, а также от водного режима рек, озер и водохранилищ, обнаружить объективно обусловленные изменения водного режима водотоков с точки зрения социального фактора и сохранение экологической системы водного бассейна. На этой основе должны согласовываться требования объектов хозяйствования к водному режиму водотоков, водоемов и соответствующих территорий водного бассейна путем формирования водохозяйственных комплексов. Методологической и методической основой исследования являются теоретические положения экономической науки, труды отечественных и зарубежных ученых в области экономики природопользования и охраны природной среды, теоретические положения в области рыночной экономики.

Целью статьи является определение компенсации убытков предприятия за счет внедрения организационно-экономических механизмов природоохранной деятельности: при модернизации оборудования и технологий. В ряде публикаций проводился анализ системы природопользования и рассматривались вопросы формирования системы управления компенсациями убытков предприятия в условиях рынка [1; 2; 3].

В стоимости природных ресурсов, используемых при функционировании производственно-хозяйственных и бытовых объектов, входящих в водохозяйственный комплекс, включаются затраты на добычу этих ресур-

сов; затраты на разработку и реализацию природоохранных мероприятий; затраты на проведение научно-исследовательских работ, состоящих из изучения соответствующего гидрологического режима в водном бассейне, особенностей геологии залегания ресурсов; затраты на подготовку природных ресурсов для их использования в производственных, хозяйственных и бытовых целях; затраты на энергообеспечение добычи ресурсов и на предварительную их обработку. Необходимо также учитывать стоимость потерь при выполнении предварительных операций с природными ресурсами.

На стоимость готовой продукции влияет возможность замены дорогостоящих и дефицитных природных ресурсов и источников энергообеспечения на более дешевые и менее дефицитные [1].

Учитывая всё сказанное выше, количество произведённой готовой продукции и её себестоимость можно представить в виде функциональных зависимостей (1)

$$\begin{aligned} \Pi &= \Phi (K, T, \Theta) \\ C &= \mathcal{Z} (K, T, \Theta), \end{aligned} \quad (1)$$

где Π — количество произведённой продукции;

K — стоимость непроизводительных потерь природных и энергетических ресурсов;

T — общие затраты на выпуск готовой продукции;

Θ — параметр, оценивающий состояние природной среды в водном бассейне;

C — себестоимость готовой продукции;

Изменения $a\Pi$ и vC зависят от изменений pK , pT , $p\Theta$, функциональная зависимость (2):

$$\begin{aligned} a\Pi &= \Phi (pK, pT, p\Theta) \\ vC &= \mathcal{Z}(pK, pT, p\Theta). \end{aligned} \quad (2)$$

Функции (2) могут быть использованы для экономических оценок влияния состояния среды, непроизводительных и общих затрат на количество произведённой готовой продукции и на её себестоимость, т. е. на результаты производственно-хозяйственной и бытовой деятельности на территории водного бассейна.

Влияние изменения общих затрат T на производство готовой продукции Π и на её себестоимость C определяется удельными показателями (3)

$$\frac{a\Pi}{pT} \text{ и } \frac{vC}{pT}. \quad (3)$$

При интенсивном развитии производственной, хозяйственной и бытовой деятельности за счет реконструкции производственных и хозяйственных объектов, за счет повышения квалификации рабочих, служащих и менеджеров, улучшения условий трудовой деятельности и условий быта, внедрения более усовершенствованных технологий и приёмов трудовой деятельности обеспечивается рост объема готовой продукции при одновре-

менном снижении её себестоимости за счет снижения непроизводительных потерь и общих затрат. Следовательно, при интенсивном развитии производственно-хозяйственной деятельности неравенства (4):

$$\begin{aligned} a\Pi > 0 \text{ при } \text{пТ} < 0 \text{ и} \\ \text{вС} < 0 \text{ при } \text{пТ} < 0. \end{aligned} \quad (4)$$

При осуществлении реконструкции и обновления производственно-хозяйственных и бытовых объектов на территории водных бассейнов улучшается экологическая ситуация в водном бассейне за счет уменьшения негативного воздействия на природную среду (снижение количества вредных выбросов в атмосферу, сброса неочищенных сточных вод в водоемы, изменение в лучшую сторону состава вредных веществ, развитие процессов рекультивации земельных ресурсов и т. д.). Положительное изменение в состоянии природной среды благоприятно влияет на территории водного бассейна.

Изменение состояния природной среды определяется как положительное приращение показателя К и Т, что, в свою очередь, приведет к возрастанию количества конечного продукта, то есть $a\Pi > 0$. При возрастании объема производства в случае благоприятного изменения состояния природной среды, себестоимость продукции уменьшится, тогда $\text{вС} < 0$.

При изменении значений показателей К, Т, Э могут возникнуть соответствующие убытки.

$У = УП + УС$, где УП — убыток от уменьшения выпуска готовой продукции и УС — убыток от повышения себестоимости готовой продукции. При наличии такой ситуации необходимо стремиться к полной компенсации таких убытков за счет улучшения экологической ситуации, т. е. необходимо добиваться в осуществлении производственно-хозяйственной деятельности справедливости системы уравнений (5):

$$\begin{aligned} УП = yК + yТ + дЭ = 0 \\ УС = yК + yТ + дЭ = 0. \end{aligned} \quad (5)$$

Здесь: $yК$ и $yТ$ убытки от увеличения непроизводительных потерь и от дополнительных общих затрат (капитальные, трудовые и текущие затраты), а также дополнительная прибыль $дЭ$ от улучшения состояния природной среды. Экономические оценки влияния изменения состояния окружающей среды водного бассейна при компенсации убытка УП и УС возможные в двух вариантах.

Первый вариант предусматривает выполнение условия, когда $yК = 0$. Частичная компенсация убытка производства через изменение состояния природной среды происходит за счет увеличения затрат на реконструкцию производственно-хозяйственной и бытовой деятельности. Тогда из уравнений для достижения $УП = 0$, $УС = 0$ необходимо выполнение условия (6):

$$yТ = дЭ. \quad (6)$$

Ухудшение состояния окружающей среды водного бассейна приведет к нарушению соотношения (6). Для восстановления состояния (6) нужны дополнительные затраты, которые обеспечат интенсификацию производственной и хозяйственной деятельности и, тем самым, уменьшат убытки уК. Себестоимость продукции при ухудшении состояния природной среды и частичной компенсации нанесенного убытка интенсификацией производства может быть определено соотношением (7):

$$C = pT + yT + дЭ. \quad (7)$$

На основе анализа выражения (7) получим вывод — ухудшения состояния окружающей среды водного бассейна, при отсутствии дополнительных затрат на реконструкцию производственно-хозяйственной и бытовой деятельности, приводит к увеличению себестоимости продукции.

Второй вариант при $yT = 0$. Компенсация убытка производственно-хозяйственной и бытовой деятельности на территории водного бассейна уК через улучшение экономической ситуации происходит за счет увеличения затрат на совершенствование природоохранной деятельности на территории водного бассейна.

На основе уравнения (5) получаем соотношение (8):

$$\begin{aligned} УП &= yK + дЭ = 0 \\ УС &= yK + дЭ = 0. \end{aligned} \quad (8)$$

При ухудшении состояния природной среды в водных бассейнах для компенсации соответствующих убытков необходимо возрастание затрат на реконструкцию производственно-хозяйственных объектов на территории водных бассейнов.

Себестоимость в этом случае (9):

$$C = pK + yK + дЭ. \quad (9)$$

Ухудшения состояния окружающей среды водного бассейна в данном случае при отсутствии дополнительных затрат на реконструкцию производственно-хозяйственных и бытовых объектов не обязательно приводит к изменению себестоимости продукции [2; 3].

При ухудшении состояния окружающей среды водного бассейна снижение себестоимости продукции может быть достигнуто за счет повышения эффективности использования имеющихся инвестиций на модернизацию и реконструкцию производственных объектов на территории водных бассейнов, что приведет к снижению значения pK . Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что изменение состояния окружающей среды водного бассейна приводит к изменению прибыли при выпуске готовой продукции в сторону ее увеличения, которое определяет эффективностью использования затрат на реконструкцию и модернизацию производственных, хозяйственных и бытовых объектов, находящихся на территории водных бассейнов и на охрану окружающей среды от негативного воздействия на нее со стороны указанных объектов.

Таким образом, на основе исследования можно сделать такие выводы:

1. Количество производимой готовой продукции на объектах, находящихся на территории водного бассейна, зависит от экологической ситуации, от стоимости непроизводительных потерь природных и энергетических ресурсов, от общих затрат на выпуск указанной продукции.

2. Себестоимость готовой продукции зависит от состояния природных сфер, от общих затрат и от стоимости непроизводительных потерь природных и энергетических ресурсов.

3. Ухудшение экологической ситуации, увеличение затрат на выпуск готовой продукции, рост непроизводительных потерь природных и энергетических ресурсов приводят к ухудшению экономических показателей производственной и хозяйственной деятельности из-за появления дополнительных убытков.

4. Появление дополнительных убытков при осуществлении производственной и хозяйственной деятельности может быть компенсировано за счет совершенствования и расширения природоохранной деятельности, а также за счет модернизации и реконструкции используемых технологий, приемов работы, замены устаревшего оборудования, повышения квалификации рабочих, служащих и управленческого персонала.

Список использованной литературы

1. Ковалев В. Г., Сербов Н. Г., Рекиш А. А. Производственно-хозяйственная и природоохранная деятельность в водных бассейнах Украины. — Одесса: ОГЭКУ, 2011. — 105 с.
2. Сербов Н. Г., Шакирзанова Ж. Р. Экономика гидрометеорологического обеспечения народного хозяйства Украины. — Одесса: ОГЭКУ, 2008. — 123 с.
3. Сербов Н. Г. Методические основы экономической оценки убытков от чрезвычайных ситуаций природного характера // Вісник ОДЕКУ. — 2011. — Вип.12. — С. 58–64.

М. Г. Сербов

Одеський державний екологічний університет

**ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОЇ ОЦІНКИ ВОДНИХ
БАСЕЙНІВ ЯК СУКУПНОСТІ ОБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Резюме

Розглянуто можливість компенсації збитків підприємства за рахунок розширення природоохоронної діяльності та модернізації обладнання, технологій і прийомів роботи.

Ключові слова: збитки, компенсація, модернізація, природоохоронна діяльність.

N. G. Serbov

Odessa State Environmental University

**SOME APPROACHES TO THE IMPLEMENTATION
OF THE ECONOMIC AND ECOLOGIKAL ASSESSMENT OF WATER
BASINS AS A POPULATION OF OBJECTS MANAGEMENT**

Summary

Possibility of indemnification of losses of the enterprise at the expense of expansion of nature protection activity and modernization of the equipment, technologies and working methods is considered.

Key words: losses, indemnification, modernization, nature protection activity.

УДК 330.101.341:339.94

А. П. Яроцкий

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА И СТРАТЕГИЯ КОПИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ

В статье рассматриваются институциональные подходы к анализу межфирменной кооперации и конкуренции в инновационных отраслях. Исследуются особенности стратегического поведения фирм, в частности, анализируется стратегия копирования и ее влияние на структуру рынка.

Ключевые слова: отраслевая структура рынка, инновации, стратегия предприятий.

В современной экономической литературе возрастает популярность исследований в области отраслевой структуры рынка, стратегического поведения фирм и зависимости результатов их деятельности от особенностей рынков. Интерес к данным исследованиям вызван возрастающей ролью инновационной деятельности, усилением трансформационных и глобализационных процессов, происходящих в мировой экономике, которые требуют пересмотра традиционных представлений.

Сегодня наиболее актуальными являются три основные направления исследований, расширяющих представление о принципах формирования отраслевых структур рынка. Первое — это исследования, связанные с теорией игр (Р. Майерсон [12; 13], Э. Маскин [5], Р. Аксельрод [10; 11], Д. Нэш), содержащие множество моделей определения структуры олигополистических рынков в различных условиях. Второе направление разрабатывалось в рамках институционального подхода, рассматривающего фирму как механизм снижения трансакционных издержек (Р. Коуз [1], О. Уильямсон [14]). Работы этого направления также концентрируют внимание преимущественно на случае олигополии, хотя, несомненно, они имеют отношение к гораздо более широкому кругу ситуаций. Третье направление исследований связано с теорией состязательных рынков (В. Баумоль [15; 16]). Хотя эта теория одинаково применима к совершенной конкуренции, олигополии, монополии и другим рыночным структурам, ее всеобщность отнюдь не так велика, как может показаться, поскольку проводимый в ее рамках анализ справедлив в полной мере лишь для ситуации совершенной состязательности, которая представляет собой теоретическую конструкцию, практическое воплощение которой встречается так же редко, как и совершенная конкуренция.

Несмотря на указанные ограничения, очевидно, что разработки в этих трех направлениях — это значительный прогресс в важной сфере, которая прежде была малоисследованной, и тот факт, что перед рыночной системой сегодня стоит множество практических задач, должен стимулировать интерес экономистов к тому, что уже удалось достичь. Одной из таких задач

по множеству причин является развитие инновационного типа экономики. В данной статье мы попытаемся проанализировать, каким образом инновационная деятельность может влиять на отраслевую структуру рынков и формировать стратегии фирм.

Исследователи сходятся во мнении, что отраслевая структура рынка оказывает существенное воздействие на цены, издержки и выпуск. В теории фирмы структура рынка выступает в качестве важной детерминанты результатов деятельности отдельного предприятия [3]. Отраслевая структура рынка оказывает влияние на поиск равновесия в экономической теории и играет ключевую роль в анализе государственного вмешательства в функционирование фирм и отраслей [2]. Влияние инновационной деятельности фирм на структуру определенных рынков не раз отмечалось в исследованиях К. Шапиро [4]. Степень, в которой НИОКР и инновационная деятельность институционализируются как рутинная часть деятельности фирмы, определяет поведение фирмы в той же мере, что и традиционные экономические факторы. Одной из основных причин рутинизации инновационного процесса в фирме считается ее реакция на влияние внешней среды — на предпочтения потребителей и, следовательно, специфику конкурентной борьбы. В свою очередь, это приводит к изменению структуры издержек фирмы — чем значительнее роль инноваций, тем больше ресурсов будет затрачиваться на обеспечение инновационного процесса.

В этом контексте мы предлагаем сопоставить разделение издержек на возвратные и безвозвратные с неспециализированными и специализированными инновациями. К неспециализированным инновациям относим нововведения, которые могут быть использованы конкурентами, а к специализированным — представляющие ценность только для самого новатора из-за того, что они являются специфическими улучшениями технологического или управленческого процесса фирмы. Таким образом, издержки на неспециализированные инновации являются возвратными, поскольку инновации, которые защищены правами на интеллектуальную собственность, могут быть проданы при возникновении необходимости. Издержки на специфические инновации являются безвозвратными: ценность данных инноваций для конкурентов низка.

В свою очередь, преобладание одного типа издержек будет вести к формированию различных отраслевых структур рынка. При преимуществе издержек на специализированные инновации возникают стимулы для вертикальной интеграции отрасли [10]. Чем больше издержки на неспециализированные инновации, тем сильнее стимулы для горизонтальной интеграции.

К этому мнению можно прийти, если рассматривать отраслевую структуру рынка с точки зрения снижения издержек координации деятельности фирм. Природа инвестиций в рыночной системе, в том числе, инвестиций в инновации связана с рисками. Поскольку всегда существует неопределенность относительно того, смогут ли эти инвестиции вернуться и принести прибыль. Логично, что фирма заинтересована в минимизации рисков, связанных с инвестициями в инновации и в максимизации отдачи от них.

Стимулы заставят искать точку оптимального или удовлетворительного соотношения затрат, риска и отдачи, что существенным образом повлияет на поведение фирмы.

Проблематика инвестиций в инновации, если рассматривать инновации как некий товар, заключается в том, что существует неопределенность их качества. Под понятием «качество» инноваций мы понимаем фактическую успешность нововведения, которая зависит от множества внутренних и внешних факторов, и поэтому успешность всегда носит вероятностный характер. Момент получения результатов от инвестиций происходит значительно позже момента фактического совершения инвестиций. Поэтому у фирмы отсутствует полная информация о товаре. Интересно, что и у продавца — внутреннего — подразделения самой фирмы (внешнего — стороннего подрядчика) — нет точной информации о качестве инноваций. Подобную ситуацию описывает модель «рынка лимонов», предложенная Дж. Акерлофом [7]. Трудности определения качества и вероятностный характер успешности инвестиций ведут к тому, что средняя цена инноваций будет иметь тенденцию к снижению. Мы считаем, что фирмы должны будут искать пути увеличения вероятности успешности инноваций, что также существенным образом будет определять их поведение и структуру рынка.

Одним из способов минимизировать издержки на инновации и увеличить вероятность их успешности является практика копирования действий своих конкурентов. На сегодняшний день такая практика широко распространена в отрасли информационных технологий и в других инновационных отраслях. Время для определения фактической коммерческой успешности инноваций и НИОКР, направленного на создание аналога, будет специфической платой за использование стратегии копирования [9].

Повторение действий конкурентов изучалось долгое время вне рамок экономической и институциональной экономики, а в рамках поведенческого подхода, поскольку подразумевалось, что конкуренция является сильным стимулом к дифференциации решений, принимаемых фирмами. Только с появлением работ по кооперативному поведению фирм стремление к дифференцированным стратегиям стало не очевидным для исследователей [3]. Как было указано нами ранее, рынок с высокой долей неспециализированных инноваций будет стремиться к вертикальной интеграции. Этому предположению можно найти подтверждение в периодических слияниях и поглощениях различного масштаба, происходящих на рынке информационных технологий, что во многом определило современную структуру данной отрасли с высокой концентрацией, развитой вертикальной и горизонтальной интеграцией [4].

При формировании отраслевой структуры рынка в ситуации, когда большинство фирм осознают собственную выгоду от стратегии копирования, фирмы ощутят стратегическую необходимость существования лидера в отрасли. Поскольку, если каждый из игроков будет ожидать действия конкурента для того, чтобы скопировать его, никто не будет осуществлять никаких действий [10]. Следовательно, возникают риски со стороны тех

игроков, которые не будут использовать эту стратегию. С другой стороны, «застой» на рынке — это стимул к улучшению своей рыночной позиции за счет инновационной деятельности. В таком случае условным лидером отрасли может стать фирма, чья стратегия будет основываться на первенстве в инновационной деятельности, однако маркетинговая стратегия не будет угрожать другим фирмам. Например, ее товары будут нацелены на специфическую аудиторию потребителей. Все это говорит о том, что стратегия копирования может эффективно работать при сговоре или сговоре по умолчанию, что ведет к формированию определенной структуры рынка, основанной на копировании.

Действия фирм-игроков в данной структуре невозможно анализировать с помощью классической модели «дилеммы заключенных», поскольку в данном случае не следует исключать координацию действий между игроками. Нельзя также анализировать и при помощи модели «беды общины», как версии «дилеммы заключенных» для более чем двух игроков [4]. Мы считаем, что наиболее сопоставимой моделью будет модель Штакельберга [10], в которой присутствует лидер, принимающий решение первым, давая сигналы остальному рынку. Фирме-лидеру необходима рыночная власть для популяризации своего товара, чтобы он имел сетевую ценность, устанавливал стандарты в отрасли, создавал каналы сбыта, приучал потребителя к определенному способу потребления и пользования — создавал рыночную инфраструктуру, которой смогут воспользоваться последователи. Производственная стратегия лидера, основанная на аутсорсинге, позволит другим участникам использовать такую же технологическую базу — извлекать выгоду от эффектов масштаба и обучения. Таким образом, если координация между игроками происходит через лидера и если предположить, что игроки рациональны, то всем будет выгодно копировать его действия до тех пор, пока экономические преимущества копирования будут превышать преимущества самостоятельной деятельности, а лидеру — оставаться лидером.

С другой стороны, ни одна из фирм, придерживающихся стратегии копирования, не имеет достаточно стимулов добровольно становиться объектом для копирования. Единственным стимулом может быть возможность использования стратегии, угрожающей рыночному положению других игроков. Следовательно, если кто-то становится лидером, то остальные игроки будут заинтересованы в создании таких институтов, которые не позволят лидеру использовать агрессивную стратегию. В зависимости от того, насколько сильным будет институт сдерживания лидера от агрессивной и эгоистичной политики, будет зависеть степень привлекательности роли лидера для игроков. Поскольку все игроки осознают преимущества существования лидера, который будет для них объектом копирования, у них появляется стимул для создания прямо или косвенно «управляемого» лидера. Создание лидера за свой счет несет риски, связанные с тем, что копировать деятельность лидера сможет и тот, кто не вложил ничего в его создание. В частности, это напоминает проблему «безбилетного пассажира».

Мы считаем, что к экономическим преимуществам стратегии копирования можно отнести:

- снижение издержек на НИОКР;
- снижение рисков и неопределенности инвестирования в инновации;
- снижение издержек на формирование товаропроводящих каналов;
- экономия на издержках производства новых товаров за счет эффекта масштаба и эффекта обучения;
- унификацию научно-исследовательских разработок и получение синергии.

Примером координации действий конкурентов и применения тактики/стратегии копирования может послужить история рынка смартфонов с 2000 года по настоящее время. Определяющей характеристикой смартфона является его программное обеспечение (ПО). В 2000 году основным разработчиком ПО в мире была компания Microsoft. Однако она не смогла занять уверенную позицию на этом рынке, и пионерами стали компании Nokia и Ericsson, которые являлись одновременно и производителями, и разработчиками. В самом начале становления рынка было создано несколько стратегических альянсов для разработки общего стандартного ПО. Основным ПО для смартфонов стали — Symbian (Nokia), Windows Mobile (Microsoft), OSx (Apple), Android (Google). Несмотря на то, что все эти компании считаются конкурентами, Microsoft с 2007 года обладает долей в Apple и вместе они создали стратегический альянс, в 2011 году главой Nokia стал бывший технический директор Microsoft и проект Symbian был закрыт, а смартфоны Nokia перешли на ПО от Microsoft. Благодаря серии поглощений Microsoft приобрела патенты на важные составляющие ПО Android и обязала 90 % всех производителей, использующих эту платформу, к выплате роялти. Сам Google также состоит в нескольких совместных альянсах с Microsoft на других рынках. Таким образом, можно прийти к выводу, что подавляющее большинство ключевых участников рынка тесно взаимосвязаны между собой, а их продукция имеет много общих составляющих: в основе программного обеспечения лежат общие патенты, идентичные электротехнические компоненты и схожие технологии производства.

Основным объектом для применения стратегии копирования является именно программное обеспечение. На основе разработок Microsoft и его альянсов были созданы платформы OSx и Symbian. Поскольку обе платформы получили широкое распространение и поддержку, то производство смартфонов со схожей архитектурой интегральных схем стало экономически привлекательным из-за возникшего эффекта масштаба производства. Это создало предпосылки к созданию более универсальной и стандартизированной, а, значит, более дешевой в адаптации платформы Android, которая во многом копирует предшественников. Можно сказать, что успех платформ заключался именно в том, что они копировали своих конкурентов и были понятны пользователям и производителям. И наоборот, те, кто стремился выпустить на рынок уникальные продукты (RIM, Palm, Siemens, Sony Ericsson), терпели поражение. Успех смартфона iPhone от Apple с раз-

работками, которые были в распоряжении почти всех участников рынка, позволил им с меньшими затратами выпустить на рынок свои смартфоны несколько позже, когда инновационные технологии были оценены потребителями, наладились устойчивые каналы продаж и т. д.

Именно координация действий конкурентов помогала им получать конкурентные преимущества. Отметим, что и внутри формальных и не формальных альянсов возникали разногласия. Например, в августе 2011 года производитель мобильных устройств HTC (Тайвань) — партнер интернет-компаний Google (США) на рынке мобильных телефонов подал иск против Apple (США), обвинив их в нарушении трех патентов компании HTC. Это произошло на следующий день после того, как Google объявила о планах по приобретению Motorola Mobility. Google и HTC предвидели, что союз компаний Apple и Microsoft будет пытаться препятствовать приобретению Motorola, поэтому судебные иски компании HTC можно рассматривать как попытку защитить приобретения Google. В сентябре 2011 года Microsoft объявляет о обмене патентами с Samsung и HTC — партнерами Google, для которых это будет означать выплаты роялти в пользу Microsoft за использование платформы Android в производимых мобильных устройствах.

Мы рассмотрели некоторые аспекты институционального анализа поведения фирм в отраслевых структурах инновационных рынков. Описанная стратегия копирования может быть определена как способ координации действий и в некоторых случаях — кооперации фирм. Однако на данный момент мы выдвинули гипотезу, состоятельность которой еще должна быть доказана. Мы определили, что в отличие от кооперации на различных рынках, кооперация на одном рынке обязательно должна иметь стратегический характер из-за сложного набора институциональных правил и стимулов. В отраслевой структуре рынка, где фирмы осознают экономическую эффективность стратегии копирования, остается достаточное количество проблем, требующих разрешения для более глубокого понимания принципов формирования стратегий компаний и разработки политики регулирования отраслей и экономики в целом.

Список использованной литературы

1. Коуз Р. Природа фирмы / пер. с англ. Б. Пинскера // Теория фирмы / сост. В. М. Гальперин. — СПб.: Экономическая школа, 1995. — С. 11—32.
2. Горняк О. В., Доленко Л. Х. Інституційні підходи до аналізу міжфірмової та внутріфірмової кооперації // Економічна теорія. — № 1. — 2007.
3. Горняк О. В., Доленко Л. Х. Еволюція взаємодій ринкових та ієрархічних структур // Економічна теорія. — 2006. — № 2. — С.37—52.
4. Shapiro C., Hal R. Varian Information rules: a strategic guide to the network economy // Harvard Business Press. — 1999. — Business & Economics. — 352 p.
5. Maskin E. Nash Equilibrium and Mechanism Design // Economics Working Papers 0086 // Institute for Advanced Study, School of Social Science. — 2008.
6. Fudenberg D. & Maskin E. Evolution and Cooperation in Noisy Repeated Games // American Economic Review, American Economic Association. — Vol. 80 (2). — P. 274—79.
7. Akerlof G. A. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics. —1970. — Vol. 84, August. — P. 488—500.

8. Hamel G. Competing for the future (with C. K. Prahalad) // Harvard Business School Press. 1996, April.
9. Bessen J., Maskin E. Sequential Innovation, Patents, and Innovation // NajEcon Working Paper Reviews, www.najecon.org, 2006.
10. Axelrod R. The Complexity of Cooperation: Agent-Based Models of Competition and Collaboration. — NY: Princeton University Press, 1997.
11. Axelrod R. The Evolution of Cooperation. — New York: Basic Books, 1984.
12. Myerson R. Game Theory: Analysis of Conflict. — NY: Harvard University Press, 1991.
13. Myerson R. Probability Models for Economic Decisions. — Duxbury Press, 2005.
14. Williamson O. E. The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract // Journal of Economic Perspectives. — 16 (3). — P. 171–195.
15. Baumol W. J. Contestable Markets and the Theory of Industry Structure (with R. D. Willig and J. C. Panzar). — 1982, 1987.
16. Baumol W. J. The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism. — 2002.

А. П. Яроцький

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ГАЛУЗЕВА СТРУКТУРА РИНКА ТА СТРАТЕГІЯ КОПІЮВАННЯ ІННОВАЦІЙ

Резюме

У статті розглядаються інституційні підходи до аналізу міжфірмової кооперації та конкуренції в інноваційних галузях. Досліджуються особливості стратегічної поведінки фірм, а саме, аналізується стратегія копіювання та її вплив на структуру ринку.

Ключові слова: галузева структура ринку, інновації, стратегія підприємства.

A. P. Yarotsky

Odessa I. I. Mechnikov National University

MARKET STRUCTURE AND STRATEGY OF COPIYNG INNOVATIONS

Summary

In this article we examine the institutional approach to the analysis of cross-firm cooperation and competition in innovative economy sector. We research features of the strategic behavior of firms, analyze the strategy of copying and its influence on market structure.

Key words: market structure, innovations, strategy of firm.

НАШІ АВТОРИ

1. **Абрамов Федір Володимирович** — кандидат економічних наук, старший викладач кафедри загальної економічної теорії Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».
2. **Бичкова Наталія Володимирівна** — старший викладач кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
3. **Бульдін Ігор Володимирович** — викладач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
4. **Бутенко Вікторія Василівна** — викладач кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
5. **Войнова Євгенія Іванівна** — викладач кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
6. **Горняк Ольга Василівна** — доктор економічних наук, завідувач кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
7. **Гоголь Марина Миколаївна** — асистент кафедри інформаційних систем і технологій Одеського державного аграрного університету.
8. **Грінченко Юрій Леонідович** — кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та математичного моделювання ринкових процесів Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
9. **Доленко Леонід Харлампійович** — кандидат економічних наук, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
10. **Ду Чуньбу** — аспірант кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
11. **Зинченко Наталя Володимирівна** — кандидат економічних наук, доцент, докторант кафедри економіки підприємства і управління трудовими ресурсами Луганського національного аграрного університету.
12. **Копилова Ольга Володимирівна** — кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
13. **Корнієнко Олена Василівна** — аспірант Класичного приватного університету м. Запоріжжя.
14. **Кузін Дмитро Олександрович** — кандидат технічних наук, доцент кафедри виробничого менеджменту та логістики Національного дослідного університету «Вища школа та економіка» (Нижньгородський філіал).

15. **Крючкова Наталія Михайлівна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
16. **Ломачинська Ірина Анатоліївна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
17. **Макєєва Олена Анатоліївна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
18. **Насадюк Ірина Богданівна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
19. **Пічугіна Юлія Валеріївна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
20. **Павловська Ірина Геннадіївна** — кандидат економічних наук, доцент кафедри управління виробництвом Донецького національного технічного університету.
21. **Робул Юрій Володимирович** — кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри менеджменту та математичного моделювання ринкових процесів Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
22. **Салига Сергій Якович** — доктор економічних наук, професор Класичного приватного університету м. Запоріжжя.
23. **Сербов Микола Георгійович** — кандидат геологічних наук, проректор Одеського державного екологічного університету.
24. **Яровий Анатолій Трофимович** — кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри оптимального керування і економічної кібернетики Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.
25. **Ярмолович Дар'я Юріївна** — аспірант Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України.
26. **Яроцький Антон Павлович** — аспірант кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І. І. Мечникова.

Відповідальний за випуск
Горняк Ольга Василівна

Українською російською та англійською мовами

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 11465–338Р від 07.07.2006 р.

Рекомендовано до друку вченою радою Одеського національного університету
імені І. І. Мечникова. Протокол № 4 від 20 грудня 2011 р.

Адреса редколегії:
65082, м. Одеса, вул. Дворянська, 2
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Тираж 300 прим. Зам. № 65.

Видавництво і друкарня «Астропринт»
65091, м. Одеса, вул. Разумовська, 21
Тел.: (0482) 37-07-95, 37-24-26, 33-07-17, 37-14-25
www.astroprint.odessa.ua; www.fotoalbum-odessa.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1373 від 28.05.2003 р.