

ISSN 2311-8946

Науково-практичний журнал

**«РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА
ТА УПРАВЛІННЯ»**

5 (18) грудень 2017 року

Запоріжжя
2017

Науково-практичний журнал

Регіональна економіка та управління

5 (18) грудень 2017 р.

Редагування: Н. Літвиненко
Комп'ютерна верстка: А. Фоменко

Відповідальність за достовірність
інформації, яка представлена в друкованих
матеріалах, несуть автори.
Редакція не завжди поділяє точку зору авторів.

Засновник науково-практичного журналу ГО «Східноукраїнський інститут економіки та управління»

Свідоцтво про державну реєстрацію ЗМІ:
КВ № 20514-10314Р від 20 грудня 2013 р.

Будь ласка, якщо у вас є запитання
до редакції, звертайтеся до нас
за телефоном або електронною поштою:
office@siee.zp.ua; +38 095 314 96 69

Підписано до друку 28.12.2017 р.
Формат 60х84/8.
Папір офсетний. Цифровий друк.
Ум.-друк. арк. 21,86. Тираж 100 прим.
Зам. 1217. Ціна договірна.

Надруковано: ГО «Східноукраїнський
інститут економіки та управління»
Україна, м. Запоріжжя,
проспект Леніна 109, офіс 214

ЗМІСТ

Аверіхіна Т. В., Полянська Г. К. Теоретичні підходи до визначення ефективності експортної діяльності підприємства.....	6
Ісхакова О. М., Барабаш Н. М., Білодід К. В. Проблема аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки	10
Бондаренко Д. А. Корпоративне управління в компаніях аграрного сектору економіки України.....	15
Бушовська А. Б., Левицька М. В. Інвестиції як об'єкт управління.....	19
Вдовічена О. Г., Дзундза Т. І. Управління портфелем бренду в сучасних ринкових умовах.....	23
Гетьман К. В. Проекти сталого розвитку як відображення соціально-реагуючої поведінки корпорації «Оболонь».....	29
Пономарьова О. Б., Гребенюк О. С., Сидорчук Р. О. Медичне страхування в Україні, сучасний стан та перспективи розвитку.....	33
Гусаріна Н. В. Закономірності процесів формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств в умовах невизначеності.....	38
Болотна О. В., Давиденко А. М., Хащівська М. М. Вплив стратегії брендингу на поведінку споживача.....	43
Деркачова В. В. Концептуальні напрями розвитку маркетингової діяльності на переробних підприємствах України.....	48
Дзюбинська Х. М., Шашина М. В. Соціально-економічні фактори впливу на рівень виробничого потенціалу підприємств, що функціонують у сфері виробництва товарів для дитячої творчості.....	53
Жицька І. В. Дослідження ринку хліба та хлібобулочних виробів в Україні.....	58
Zhmai A. V., Sorokova T. E. The analysis of modern approaches for determining the level of emotional intelligence (EQ).....	62

Іоанно А. В. Передумови розвитку організації міжнародної економічної діяльності підприємства.....	67	Хитра О. В., Поліщук Л. М. Особливості трудової поведінки працівників в умовах конфлікту.....	135
Хитра О. В., Кісельова О. С. Особливості застосування постнекласичного підходу в методології менеджменту продуктивності.....	71	Громова А. Є., Горанська К. С., Сасенко Я. А. Особливості проведення медичного страхування: зарубіжний досвід.....	143
Пікуліна Н. Ю., Коваленко Б. С. Шляхи удосконалення надання послуг логістичного аутсорсингу в умовах ринкової економіки.....	78	Байрамов М. О., Сімон А. П., Ісхакова О. М. Інфляція: проблеми та перспективи в Україні.....	147
Ковальчук Б. С. Облік необоротних активів за міжнародними стандартами, узагальнення інформації в фінансовій звітності.....	83	Брайковська А. М., Соловйова К. О. Кваліфікація робітників як запорука адаптації до вимог інноваційного середовища.....	151
Ковтун Л. І., Швець В. Г. Особливості обліку діяльності страхових компаній.....	88	Сташук О. В. Систематизація загроз фінансової безпеки акціонерних товариств.....	158
Когут А. О. Рекреаційно-туристична привабливість Яремчанського краю.....	92	Тищенко А. М. Розвиток інноваційної інфраструктури країн Європи.....	164
Кременок А. М. Проблеми аналізу стану та руху основних засобів.....	97	Семенов В. Ф., Фадєєва Г. І. Умови та сучасні тренди розвитку ділового туризму в Україні і світі.....	169
Крикун О. О. Формування навичків організації часу в роботі менеджерів на різних рівнях управління.....	100	Лепетан І. М., Цуркан А. О. Особливості організації управлінського обліку витрат основної діяльності при переробці плодоовочевої продукції.....	175
Кузьмінець Т. Г., Перегняк Ю. А. Валютні зони.....	106	Шедяков В. Е. Развитие самодеятельного творчества в труде и управлении – необходимость активизации региональных ресурсных баз.....	178
Куць Т. В., Вакуленко В. М. Дебіторська заборгованість підприємства: економічна сутність та основні види.....	109	Шостаковська А. В. Практичні аспекти управління якістю розвитку промислових підприємств.....	184
Дячек В. В., Ликова А. С. Втілення технології blockchain у логістиці.....	112		
Шпортюк Н. А., Марченко Ю. С. Управління ліквідністю у забезпеченні стабільності комерційного банку.....	116		
Шпортюк Н. А., Моголівець Н. В. Аналіз підходів до прийняття управлінських рішень.....	119		
Морияк З. В. Співробітництво України з міжнародними фінансовими організаціями в контексті реалізації її національних інтересів.....	123		
Олійник Є. С., Шталь Т. В. Оцінка економічної ефективності маркетингових досліджень.....	127		
Перерва Т. В. Механізм управління комерційними ризиками підприємства.....	131		

CONTENTS

Averikhina T. V., Polianska H. K. Theoretical approaches to defining the efficiency of the export activity of the enterprise.....6	Ionno A. V. Backgrounds for development of international economic activity of the enterprise.....67
Ishakova E. N., Barabash N. M., Belodid E. V. Problem of analysis of the financial state of the enterprise and its evaluation.....10	Khytra O. V., Kiselova O. S. Features of application of the postclassical approach in the production management methodology.....71
Bondarernko D. A. Corporate governance in agribusiness companies in Ukraine.....15	Pikulina N. Yu., Kovalenko B. S. Ways of improving the provision of logistic outsourcing services in the conditions of market economy.....78
Bushovska L. B., Levytska M. V. Investment activity as object management.....19	Kovalchuk B. S. Accounting of non-current assets on international standards, generalization of information in financial reporting.....83
Vdovichena O. G., Dzundza T. I. Brand portfolio management in modern marketing conditions.....23	Kovtun L. I., Shvets V. G. Features of accounting of insurance companies.....88
Hetman K. V. Sustainable development projects as a display of the socially reactive behavior of the "Obolon" corporation.....29	Kogut A. A. Recreational and tourist attraction of the Yaremche region.....92
Ponomareva O. B., Grebenyuk A. S., Sydorchuk R. A. Medical insurance in Ukraine, current status and development prospects.....33	Kremenok A. M. Problems of analysis of the state and movement of main activities.....97
Gusarina N. V. Regularity of formation processes business environments of innovative development of enterprises under conditions of uncertainty.....38	Krikun O. O. Forming the skills of the time organization in the work of managers at different levels of management.....100
Bolotna O. V., Davydenko A. M., Khashchivska M. M. Impact of branding strategies on consumer behavior.....43	Kuzminets T. G., Peregnyak Yu. A. Currency zones.....106
Derkachova V. V. Conceptual directions for development of marketing activity in Ukraine's profitabilized enterprises.....48	Kuts T. V., Vakulenko V. M. Settlements with debtors: economic essence and basic types.....109
Dziubynska Kh., Shashyna M. Social and economic factors affecting the level of production potential of enterprises working in production of goods for children's creativity.....53	Diachek V. V., Lykova A. S. Implementation innovative blockchain technologies in logistics.....112
Zhytska I. V. Research of the bread and bakery market in Ukraine.....58	Shportyuk N. L., Marchenko Ju. S. Liquid management in providing stability of commercial bank.....116
Zhmai A. V., Sorokova T. E. The analysis of modern approaches for determining the level of emotional intelligence (EQ).....62	Shportyuk N. L., Mogilevets N. V. Analysis of approaches to administration of administrative solutions.....119
	Moryliak Z. V. Cooperation of Ukraine with international financial institutions in the context of the realization of its national interests....123
	Oleinik E. S., Shtal T. V. Assessment of the economic efficiency of marketing research.....127
	Pererva T. V. The mechanism of management of commercial risks of the enterprise.....131

Khytra O. V., Polishchuk L. M. Particular qualities of employment behaviour of employees in the context of conflict.....	135
Gromova A. Ye., Goranska K. S., Sayenko Ya. A. The features of the medical insurance: foreign experience.....	143
Byramov M. A., Simon A. P., Ishakova E. N. Inflation: problems and prospects in Ukraine.....	147
Braykovsky A. M., Soloviova K. O. Qualification of workers as a guarantee of adaptation to the requirements of the innovative environment.....	151
Stashchuk O. V. Systematization of treats of join-stock companies financial security.....	158
Tyshchenko A. M. Development of innovative infrastructure of European countries.....	164
Semenov V. F., Fadieieva H. I. Conditions and modern trends for business tourism in Ukraine and the world.....	169
Lepetan I. M., Tsurkan A. O. Peculiarities of organization of management accounting of costs of main activity in the processing of fruit products.....	175
Shedyakov V. E. Development of self-established creativity in labour and management – necessity of activating regional resource bases.....	178
Shostakovsky A. V. Practical aspects of quality management of development of industrial enterprises....	184

Аверіхіна Тетяна Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності
Одеського національного політехнічного університету

Полянська Ганна Костянтинівна

студентка
Одеського національного політехнічного університету

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації ефективна експортна діяльність є запорукою успішного розвитку як світової економіки в цілому, так і окремого підприємства. Для оптимізації функціонування експортного комплексу слід проводити аналіз його ефективності. Однак саме поняття ефективності вимагає більш глибокої теоретико-методичної опрацювання, оскільки має поліморфний характер.

Ключові слова: ефективність, експорт, економічність, продуктивність, результативність.

Постановка проблеми. Об'єктивною основою міжнародних економічних відносин є поділ праці і обмін товарами і послугами на міжнародному рівні. У роботах А. Сміта, Д. Рікардо та інших економістів, які розробляли теорію зовнішньої торгівлі держави, доведено, що державам варто спеціалізуватися на виробництві продукції тих галузей, в яких вони мають перевагу; а продукцію галузей, перевага в яких належить іншим державам – імпортувати. Таким чином, міжнародний поділ праці і подальший обмін товарами і послугами між країнами в цілому вигідні для всіх учасників зовнішньоекономічних зв'язків. Для забезпечення прийняття раціональних управлінських рішень та оптимізації структури зовнішньої торгівлі, при проведенні конкретних експортно-імпортних операцій суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності доводиться стикатися з необхідністю об'єктивної оцінки ефективності ЗЕД. Отже, існує необхідність в розробці підходів і методик визначення ефективності зовнішньоекономічної, і перш за все експортної, діяльності підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення існуючих підходів до визначення ефективності експортної діяльності підприємства, їх аналіз і розробка рекомендацій щодо вдосконалення системи оцінки ефективності експортної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однак, перш ніж приступати до оцінки ефективності експорту, необхідно визначити сутність самого поняття ефективності, оскільки в зв'язку з широкою областю вживання в літературі немає його однозначного трактування. В першу чергу така широта вживання пояснюється історією виникнення та розвитку даного поняття, яка детально представлена в статті професора М. С. Солодкої [1, с. 32].

Згрупувавши ряд визначень, представлених різними авторами, можна виділити підходи до поняття економічної ефективності (рис. 1).

В окрему групу можна виділити визначення, що характеризують ефективність з позиції споживача, а не виробника. Економічна ефективність – такий стан економіки, в якому потре-

би споживачів в максимально мірі задоволені за умови обмеженості ресурсів [2, с. 32].

Експортна діяльність на світовому ринку є ефективною, коли вироблений фірмою товар або надається послуга знаходять попит на ринку, а задоволення певних потреб покупців, завдяки придбання даного товару або послуги, приносить прибуток.

У дослідженнях, проведених за кордоном, економічною категорією, використовуваною для характеристики експорту, є export performance, що може бути переведено на російську мову як результати експорту. Поняття «результати експорту» слід розуміти як сукупність вимірюваних характеристик, якісно і кількісно відображають експортну діяльність підприємств [3, с. 402].

На думку автора, кажучи про аналіз ефективності експорту, ми, по суті, маємо на увазі оцінку результатів експорту, на підставі якої вже згодом робиться висновок про ефективність (успішності) або неефективності діяльності підприємства на світовому ринку. Чіткий перелік характеристик, що складають поняття «результати експорту», в міжнародній економічній науці відсутня і викликає значні розбіжності, незважаючи на широку поширеність даного поняття в зарубіжних дослідженнях. У зв'язку зі складністю концептуалізації поняття «результати експорту» при розробці системи показників для розкриття його змісту необхідно враховувати наступні міркування, запропоновані різними дослідниками:

- доцільно оцінювати результати експорту за допомогою системи показників;
- система повинна включати як кількісні, так і якісні показники;
- слід використовувати для оцінки результатів експорту як об'єктивну, так і суб'єктивну інформацію;
- з огляду на той факт, що підприємство є відкритою системою, необхідно вивчати його експортну діяльність в її взаємозв'язку і взаємозалежності з безліччю факторів.

Поняття ефективності виробництва (продуктивності системи) має поліморфний характер і по-різному застосовується для аналітичних оцінок і управлінських рішень. У зв'язку з цим



Рис. 1. Підходи до визначення поняття ефективності

важливим є виділення за окремими ознаками (класифікація) відповідних видів ефективності експорту, кожен з яких має певне значення для системи господарювання.

Економічну ефективність відображають через різні вартісні показники, що характеризують проміжні і кінцеві результати експорту на підприємстві. До таких показників відносяться:

- обсяг товарної, чистої або реалізованої продукції;
- величина отриманого прибутку;
- рентабельність виробництва (виробів);
- економія тих чи інших видів ресурсів (матеріальних, трудових) або загальна економія від зниження собівартості продукції;
- продуктивність праці і т. п.

Соціальна ефективність полягає у скороченні тривалості робочого тижня і зміни, збільшенні кількості нових робочих місць і рівня зайнятості людей, поліпшення умов праці і побуту, стану навколишнього природного середовища, безпеки життя і т. п. Соціальні наслідки виробництва можуть бути не тільки позитивними, але і негативними – безробіття, посилення інфляції, погіршення екологізації виробництва або діяльності.

Локальна (комерційна) ефективність визначає конкретний результат експортної діяльності підприємства, внаслідок якої воно має певний дохід (прибуток). Народногосподарська ефективність виникає тоді, коли експорт продукції на конкретному підприємстві позитивно відбивається в масштабі економіки всієї країни.

Абсолютна ефективність характеризує загальну або питому (в розрахунку на одиницю витрат чи ресурсів) ефективність експорту за певний проміжок часу. Порівняльна ефективність відображає результати порівняння можливих варіантів господарювання і вибору кращого з них. Рівень порівняння ефективності характеризує

економічні та соціальні переваги обраного варіанту здійснення експорту в порівнянні з іншими можливими варіантами. Абсолютна і порівняльна ефективність доповнюють одна одну. Визначення економічно найбільш вигідного варіанту господарювання завжди базується на зіставленні показників абсолютної ефективності, а її аналітична оцінка здійснюється порівнянням запланованих, нормативних і фактично досягнутих показників, їх динаміки за певний період.

Ефективність експорту кожного конкретного виробу повинна бути добре відома менеджменту підприємства. Причому дана ефективність буде різною для кожного зовнішнього ринку.

Оцінка ефективності експорту проводиться на підставі результатів експорту, які можуть бути виражені за допомогою різних показників і критеріїв.

Розглянемо основні з існуючих підходів до визначення ефективності експортної діяльності підприємства. Е. Злотникова розуміє під ефективністю експорту величину приросту сальдо торговельного балансу при збільшенні експорту продукції галузі на одиницю [4, с. 236]. Однак очевидно, що використання такого підходу до розрахунку ефективності експорту має сенс лише для підприємств, які разом з експортною займаються також і імпортною діяльністю (наприклад, виробляють експортні товари з імпортих складових). Тому даний підхід обмежений у використанні і не може бути рекомендований для багатьох підприємств-експортерів.

Відповідно до термінології «Сучасного економічного словника», ефективність експорту – це вигідність експорту, яка вимірюється ставленням вартості у зовнішньоторговельних цінах товару, вивезеного з країни, до його вартості у внутрішніх цінах [5, с. 50]. Дане визначення дає можливість точно розрахувати

економічний ефект від одноразової експортної операції, але не дозволяє об'єктивно оцінити деякі інші аспекти ведення експортної діяльності, важливі для розробки експортної стратегії підприємства.

Для того, щоб порівняти відносну ефективність експорту кількох видів продукції, використовуються показники ефективності торгівлі окремими товарами (або їх однорідними групами). Аналіз цих показників дозволяє ранжувати види продукції в порядку зростання ефективності їх експорту. Таким чином, виявляються пріоритетні групи товарів, експорт яких вигідний для підприємства, і групи товарів, від експорту яких слід відмовитися. Спираючись на інформацію, отриману в результаті аналізу показників ефективності торгівлі окремими товарами, підприємство формує структуру свого експорту і має можливість розробити ефективну експортну стратегію, що відповідає актуальним запитам ринку.

В економічній літературі і господарській практиці використовуються два основних види показників ефективності експорту товарів:

- показники валютної ефективності експорту, які будуються на основі зіставлення величин валютної виручки та внутрішньої вартості експортованих товарів,

- показники абсолютної ефективності, що виявляють економію суспільної праці (чистий дохід) від експорту.

Показник валютної ефективності експорту, який використовується для обґрунтування перспективності експорту того чи іншого товару, розраховується за формулою 1:

$$K_{\text{вал}} = B / (C_{\text{екс}} + t_{\text{екс}}), \quad (1)$$

де $K_{\text{вал}}$ – коефіцієнт валютної ефективності експорту товару;

B – валютна виручка від експорту товару (зовнішньоторговельна ціна);

$C_{\text{екс}}$ – собівартість експортного товару;

$t_{\text{екс}}$ – транспортні та накладні витрати з доставки товару до кордону.

Даний показник відображає величину валютної виручки, що припадає на одиницю витрат по виробництву конкретного товару. При використанні показника валютної ефективності експорту слід враховувати, що для забезпечення порівнянності в міжнародній практиці все експортні ціни розраховуються за умовами франко-борт судна (для морських перевезень) або франко-сухопутний кордон держави [6, с. 325].

Показник валютної ефективності експорту має низку недоліків, які не дозволяють підприємству користуватися лише їм при прийнятті рішення щодо доцільності експорту того чи іншого товару. Показник валютної ефективності експорту не дає можливості зіставляти рівні ефективності експорту товарів на різних ринках, так як ціни товарів в іноземній валюті і конкретні умови їх реалізації на різних ринках можуть не збігатися. Крім того, показник валютної ефективності експорту не може бути використаний для розрахунку економії витрат праці в результаті зовнішньої торгівлі.

Показник абсолютної ефективності експорту обчислюється за формулою 2:

$$K_{\text{абс}} = B / (3_{\text{екс}} + V), \quad (2)$$

де $K_{\text{абс}}$ – коефіцієнт абсолютної ефективності експорту;

B – валютна виручка від експорту товару (зовнішньоторговельна ціна);

V – показник валютного курсу, що відображає цінність іноземної валюти, що купується в даній валютній зоні;

$3_{\text{екс}}$ – повні витрати підприємства на експорт товару, що представляють собою виробничу собівартість експортного товару, скориговану на величину витрат, пов'язаних з виконанням зовнішньоекономічної операції (вартість фрахту транспортного засобу, навантаження-розвантаження товарів, страхування; сума експортного мита, ліцензії, акцизу; оплата митних процедур, послуг митного брокера; сертифікація; зберігання на митному складі та ін.).

Показник абсолютної ефективності експорту позбавлений недоліків показника валютної ефективності експорту та може бути рекомендований до використання в цілях формування експортної стратегії підприємства. При цьому треба враховувати, що експорт товару є економічно доцільним в тому разі, коли коефіцієнт абсолютної ефективності експорту товару більше одиниці ($K_{\text{абс}} > 1$); якщо $K_{\text{абс}} < 1$, то експорт товару приведе до збитків [7, с. 10].

Висновки. Виходячи з вищевикладеного, можна відзначити, що на даний момент не існує універсального підходу до визначення ефективності експорту. При оцінці своєї експортної діяльності підприємству слід враховувати, що вибір методики розрахунку показників ефективності буде в значній мірі залежати від виду операції на зовнішньому ринку, її цілей, умов і інших особливостей конкретної угоди. Висновок про загальну ефективність експортної діяльності підприємства доцільно робити на основі розрахунку середньозваженої ефективності експорту окремих товарів (товарних груп) (формула 3):

$$E_e(\text{заг}) = K_{\text{абс}}(1) * D(1) + K_{\text{абс}}(2) * D(2) = \dots + K_{\text{абс}}(n) * D(n), \quad (3)$$

де $E_e(\text{заг})$ – загальна ефективність експорту;

$K_{\text{абс}}(n)$ – коефіцієнт абсолютної ефективності експорту n -ного товару (товарної групи);

$D(n)$ – частка n -ного товару (товарної групи) в загальному обсязі експорту товару.

Висновки з проведеного дослідження. Запропонована методика дозволить більш чітко визначати напрямки стратегічного розвитку експортної політики підприємства і формувати експортну структуру, поступово виключаючи з неї товари, ефективність експорту яких недостатньо висока.

Визначення економічної ефективності (ефекту) зовнішньоекономічних зв'язків необхідно для обґрунтування пропозицій про продаж і закупівлю товарів, для вибору варіантів зовнішньої торгівлі, а також для оцінки результатів намічаються проектів, розрахованих на тривалу перспективу і мають велике значення для розробки стратегії розвитку фірми.

Література:

1. Солодка М. С. Надійність, ефективність, якість систем управління // Credo. – 1999. – № 5. – С. 30–46.
2. Злотникова Е. Вплив валютного курсу на ефективність експорту окремих галузей економіки. // Банківський вісник, січень 2008. – 53 с.
3. Райзберг Б. А., Лозівський Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Сучасний еко-номічний словник. 5-е изд., Перераб. і доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
4. Янковський Н.А. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності великого виробничого комплексу. Монографія. Донецьк: ДонДУ, 2000. – 430 с.
5. Андришин В.П. Визначення напрямів підвищення ефективності експортної діяльності підприємства на основі результатів її оцінки / М.Ю. Рушак, В.П. Андришин // Економічний простір. – Дніпропетровськ, 2015. – № 93. – С. 47–58.
6. Менеджмент для магістрів. Навчальний посібник / [М.А. Засць, О.М. Коваленко, Т.В. Аверіхіна та ін.]; за ред. к.е.н., доц. М.А. Зайця, к.е.н доц. О.М. Коваленко. –Херсон: Гринь Д.С., 2012. – 400с.
7. Бабан Т.О. Сутність поняття «експортний потенціал» у економічній науці // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2012. – № 2(18), Т 2. – С. 7–17.

Аверихина Татьяна Владимировна

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической и инновационной деятельности

Одесского национального политехнического университета

Полянская Анна Константиновна

студентка

Одесского национального политехнического университета

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ****Аннотация**

В условиях глобализации эффективная экспортная деятельность является залогом успешного развития как мировой экономики в целом, так и отдельного предприятия. Для оптимизации функционирования экспортного комплекса следует проводить анализ его эффективности. Однако само понятие эффективности требует более глубокой теоретико-методической проработки, поскольку имеет полиморфный характер.

Ключевые слова: Эффективность, экспорт, экономичность, производи-тельность, результативность.

Averikhina Tetiana Volodymyrivna

PhD in Philosophy of Management

of foreign economic and innovation activity

Odessa National Polytechnic University

Polianska Hanna Kostiantynivna

Student

Odessa National Polytechnic University

**THEORETICAL APPROACHES TO DEFINING THE EFFICIENCY
OF THE EXPORT ACTIVITY OF THE ENTERPRISE****Summary**

In conditions of globalization, effective export activity is the key to the successful development of both the world economy as a whole and a separate enterprise. To optimize the functioning of the export complex, it is necessary to analyze its effectiveness. However, the concept of efficiency requires a deeper theoretical and methodical study, since it has a polymorphic character.

Key words: Efficiency, export, economy, productivity, effectiveness.

Ісхакова Олена Миколаївна

старший викладач кафедри фінансів суб'єктів господарювання
Університету митної справи та фінансів

Барабаш Надія Максимівна,

Білодід Катерина Віталіївна

студенти

Університету митної справи та фінансів

ПРОБЛЕМА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ОЦІНКИ

У статті досліджено сутність і необхідність аналізу фінансового стану підприємств в сучасних умовах. Також досліджено фінансовий стан підприємства АТ «Сбербанк». Обґрунтовано основні методичні підходи до його здійснення, їх переваги та недоліки.

Ключові слова: фінансовий стан підприємства, фінансова стійкість підприємства, платоспроможність підприємства, об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності.

Постановка проблеми. Проблема аналізу фінансового стану підприємства та його оцінки є актуальною і сьогодні, оскільки з одного боку, він є результатом діяльності підприємства, тобто його досягнення, а з другого – визначає передумови розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання досліджують як вітчизняні, так і закордонні вчені. Зокрема, діагностиці аналізу фінансового стану приділили увагу Поддєрьогін А.М., Коробов М.Я., Бланк І.А., Білик Л.Д., Сайфулін Р.С., Шеремет А.Д., Покропивний С.Ф., Савицька Г.В., Савчук В.П., Брігхем Ю., Кеннон Дж., Фоулк Р., Сміт Р. та ін.

Виділення не вирішених раніше частин. Попри те, що проблема фінансового стану підприємства є предметом наукового дослідження багатьох учених, аналіз останніх публікацій переконливо свідчить, що питання розробки оцінки фінансового стану, а також його аналізу на підприємствах в нашій країні залишаються актуальними.

Мета дослідження. Метою оцінки фінансового стану підприємства в системі антикризового управління є розробка і реалізація заходів, направлених на швидке відновлення платоспроможності, відновлення достатнього рівня фінансової стійкості підприємства, встановлення можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, можливості подальшого розвитку, забезпечення прибутковості і зростання виробничого потенціалу і ухвалення відповідних рішень [1, с. 328].

Виклад основного матеріалу. Фінансовий стан підприємства визначається такими елементами:

- 1) прибутковість роботи підприємства;
- 2) оптимальність розподілу прибутку, що залишився у розпорядженні підприємства після сплати податків і обов'язкових платежів;
- 3) наявність власних фінансових ресурсів не лише мінімально необхідного рівня для організації виробничого процесу і процесу реалізації продукції;
- 4) раціональне розміщення основних і оборотних фондів;
- 5) платоспроможність та ліквідність [2, с. 75-81].

Оскільки головними завданнями діяльності будь-якого підприємства є отримання прибутку,

підвищення ефективності виробництва продукції та її конкурентоспроможності, то для їх досягнення, в першу чергу, необхідно провести аналіз фінансового стану підприємства. Фінансовий стан може бути стійким, нестійким (передкризовим) і кризовим (рис. 1).

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його комерційної, виробничої і фінансової діяльності. Якщо виробничий і фінансовий плани успішно виконуються, то це позитивно впливає на фінансовий стан підприємства. Та навпаки в результаті недовиконання плану з реалізації продукції та виробництва відбувається підвищення її собівартості, зменшення виручки й суми прибутку і як наслідок – погіршення фінансового стану підприємства [3, с. 122].

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності.

Зазначимо, що зовнішнім проявом фінансового стану підприємства є його поточна платоспроможність, а внутрішнім – фінансова стійкість. Ця сторона фінансового стану підприємства забезпечує його стабільну платоспроможність у тривалій перспективі. В основі фінансової стійкості організації лежить збалансованість активів і джерел їхнього фінансування, доходів і витрат, позитивних і негативних грошових потоків (рис. 2).

АТ «Сбербанк» (далі – «Банк») створено відповідно до умов, визначених Установчим договором про Створення та Діяльність акціонерного товариства. У своїй АТ «Сбербанк» (далі – Банк) виконує всі вимоги чинного законодавства України та керується законом України «Про банки та банківську діяльність» [5].

АТ «Сбербанк» – акціонерний Банк, що надає повний спектр банківських послуг усім категоріям клієнтів. Згідно з даними Національ-

ного Банку України, АТ «Сбербанк» входить до ТОП-7 найбільших банків країни за розміром активів [5].

Банк приймає вклади населення, здійснює перекази грошових коштів по Україні та Росії, проводить валютнообмінні операції, емітує пластикові картки, обслуговує поточні рахунки фізичних осіб та корпоративних клієнтів, надає кредити.

Кількість приватних клієнтів АТ «Сбербанк» перевищила 1 070 тис., банк обслуговує більше 31 тис. клієнтів малого і середнього бізнесу та більше 5 тис. корпоративних клієнтів. Регіональна мережа Банку налічує 150 відділень.

Фінансовий стан АТ «Сбербанк» можна проаналізувати за даними його річної фінансової звітності, яка включає Звіт про фінансовий стан (баланс), Звіт про прибутки і збитки, Звіт про сукупний дохід, Звіт про власний капітал, Звіт про рух грошових коштів, Примітки та додатки до фінансової звітності.

В таблиці 1. представлений аналіз активів АТ «Сбербанк».

Дані таблиці 1 свідчать, що в активах банку в 2014 та 2015 роках найбільшу питому вагу займають кредити та заборгованість клієнтів. В активах вони складають в 2014 році 979530 тис. грн.,

або 54,51%, в 2015 році 1206921 тис. грн., або 56,2%, в 2016 році 931274 тис. грн., або 42,66%. Кредити та заборгованість клієнтів зменшилися за досліджуваний період на 4,93% [5].

В 2016 році в активах банку найбільшу питому вагу займають грошові кошти та їх еквіваленти. В активах вони складають в 2014 році 651235 тис. грн., або 36,24%, в 2015 році 870248 тис. грн., або 40,53%, в 2016 році 1179334 тис. грн., або 54,02%. Грошові кошти та їх еквіваленти за досліджуваний період збільшилися на 81,09%. Інші статті займають незначну питому вагу в активах банку.

Взагалі, за досліджуваний період активи банку збільшилися на 386279 тис. грн., або на 21,5%. Вони складають в 2014 році 1796812 тис. грн., в 2015 році 2147393 тис. грн., в 2016 році 386279 тис. грн.

В таблиці 2 представлено фінансові результати діяльності банку.

За даними таблиці 2 можна зробити висновки, що найбільшими за обсягом є процентні доходи та процентні витрати банку. Процентні доходи банку складають в 2014 році 328353 тис. грн., в 2015 році 386333 тис. грн., в 2016 році 498325 тис. грн. і збільшилися за досліджуваний період на 169972 тис. грн. Процентні витрати банку складають в 2014 році

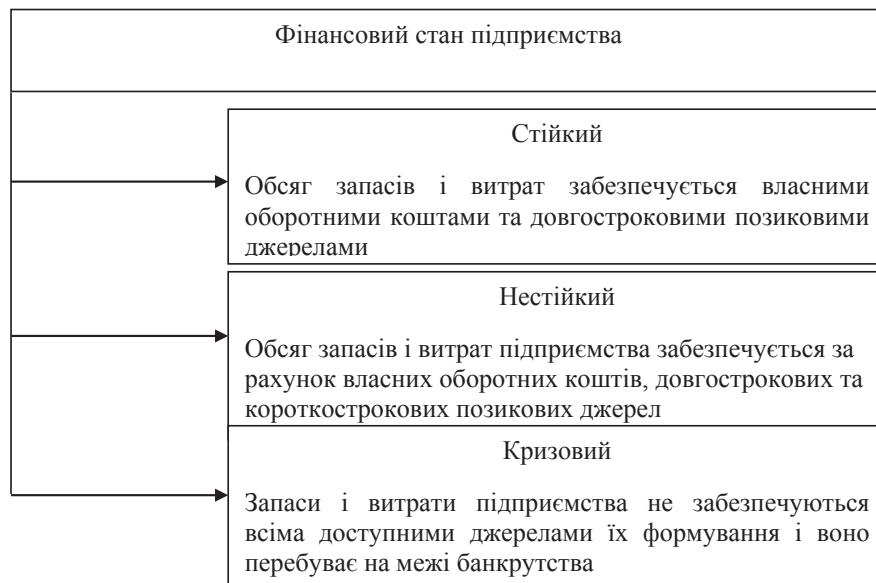


Рис. 1. Види фінансового стану підприємства [1, с. 328]



Рис. 2. Взаємозв'язок фінансової стійкості та платоспроможності підприємства [4, с. 204]

Таблиця 1

Аналіз складу та структури активів АТ «Сбербанк» у 2014-2016 рр.

Показники	2014		2015		2016		Відхилення 2016 від 2014	
	Сума, тис. грн.	%	Сума, тис. грн.	%	Сума, тис. грн.	%	абс (+;-)	%
Грошові кошти та їх еквіваленти	651235	36,24	870248	40,53	1179334	54,02	528099	181,09
Кошти обов'язкових резервів банку в НБУ	13770	0,77	21190	0,99	-	-	-13770	-
Торгові цінні папери	-	-	3685	0,17	7540	0,35	7540	-
Кредити та заборгованість клієнтів	979530	54,51	1206921	56,20	931274	42,66	-48256	95,07
Основні засоби та нематеріальні активи	37517	2,09	34910	1,63	24058	1,10	-13459	64,13
Інші фінансові активи	114611	6,38	9827	0,46	9138	0,42	-105473	7,97
Інші активи	149	0,01	612	0,03	31747	1,45	31598	21306,7
Усього активів	1796812	100,0	2147393	100,0	2183091	100,0	386279	121,50

Джерело: [5]

Таблиця 2

Аналіз фінансових результатів діяльності АТ «Сбербанк» у 2014-2016 рр. тис. грн.

Показники	2014	2015	2016	Відхилення 2016 від 2014	
				абс (+;-)	%
Процентні доходи	328353	386333	498325	169972	151,77
Процентні витрати	-116874	-190908	-227013	-110139	194,24
Чистий процентний дохід/(Чисті процентні витрати)	211479	195425	271312	59833	128,29
Комісійні доходи	64345	90537	107611	43266	167,24
Комісійні витрати	-4061	-7266	-7240	-3179	178,28
Результат від операцій з іноземною валютою	8237	8829	19735	11498	239,59
Результат від переоцінки іноземної валюти	-882	2765	-37902	-37020	4297,28
Відрахування до резерву під знецінення кредитів та коштів в інших банках	-69301	-36893	-129986	-60685	187,57
Відрахування до резерву під знецінення дебіторської заборгованості та інших фінансових активів	-791	-294	-138	653	17,45
Відрахування до резервів за зобов'язаннями	-26	3	-27	-1	103,85
Інші операційні доходи	910	951	9355	8445	1028,02
Адміністративні та інші операційні витрати	-204515	-242372	-222003	-17488	108,55
Прибуток/(збиток) до оподаткування	5395	15370	14573	9178	270,12
Витрати на податок на прибуток	-2703	-4456	-3954	-1251	146,28
Прибуток/(збиток) від діяльності, що триває	2692	10915	10619	7927	394,47
Прибуток/(збиток) за рік	2692	10915	10619	7927	394,47
Чистий прибуток/(збиток) на одну просту акцію, грн.	0,11	0,43	0,42	0,31	381,82

116874 тис. грн., в 2015 році 190908 тис. грн., в 2016 році 227013 тис. грн. і збільшились за досліджуваний період на 94,24%.

Значення чистого процентного доходу банку є позитивним. В 2014 році він становить 211479 тис. грн., в 2015 році 195425 тис. грн., в 2016 році 271312 тис. грн. За досліджуваний період він збільшився на 59833 тис. грн., або на 28,29%.

Прибуток банку за 2014 рік склав 2692 тис. грн., в 2015 році 10915 тис. грн., а в 2016 році 10619 тис. грн. За досліджуваний період він збільшився на 7927 тис. грн., або на 294,47%. Чистий прибуток банку на одну акцію за досліджуваний період збільшився з 0,11 грн.

на 1 акцію в 2014 році до 0,42 грн. на 1 акцію в 2016 році. Іншого сукупного доходу банк не має.

Проаналізуємо рух грошових коштів банку за видами діяльності та по банку в цілому. Слід зазначити, що банк вираховує рух грошових коштів за непрямим методом.

На рисунку 4 наведено динаміку чистого грошового прибутку від операційної діяльності до змін в операційних активах та зобов'язаннях банку.

Чистий грошовий прибуток від операційної діяльності до змін в операційних активах та зобов'язаннях склав в 2014 році 77462 тис. грн., в 2015 році 8306 тис. грн., в 2016 році 66431 тис. грн., тобто, він зменшився на 11031 тис. грн., або на 14,24%.

Таким чином, чисті грошові кошти, що отримані/ (використані) від операційної діяльності склали в 2014 році 389849 тис. грн., в 2015 році 227620 тис. грн., в 2016 році 340567 тис. грн., тобто, вони зменшилися на 49282 тис. грн., або на 12,64%.

В таблиці 3 представлено формування чистого грошового потоку в цілому по банку.

Дані таблиці 2.4 свідчать, що залишки грошових коштів на початок періоду з кожним роком збільшуються. В 2014 році вони складали 223477 тис. грн., в 2015 році 651235 тис. грн., в 2016 році 870248 тис. грн., тобто, збільшилися на 289,41%. Всі види чистих грошових потоків від усіх видів діяльності зменшилися. Також особливо негативно на обсяг чистого грошового потоку банку вплинули зміни офіційного валютного курсу на грошові кошти та їх еквіваленти. Якщо в 2014 році від'ємний грошовий потік від цих операцій складав лише 124 тис. грн., то в 2016 році 31349 тис. грн.

В цілому за досліджуваний період грошовий потік банку зменшився від 427758 тис. грн. в 2014 році до 309086 тис. грн. в 2016 році, тоб-

то на 27,74%. Але, з урахуванням залишків на початок року, грошові кошти та їх еквіваленти на кінець періоду зростали з 651235 тис. грн. в 2014 році, до 870248 тис. грн. в 2015 році, і до 1179334 тис. грн. в 2016 році. Тобто, грошовий потік на кінець 2016 року зріс, порівняно з 2014 роком на 81,09% [6].

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки: фінансовий стан – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає ступінь забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, раціональності їх розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому. До завдань, що вирішуються в процесі оцінювання фінансового стану, слід віднести дослідження показників, отриманих в результаті його аналізу, з точки зору відповідності їх фактичних значень нормальним для даного підприємства рівням, ідентифікацію факторів,



Рис. 4. Динаміка чистого грошового прибутку від операційної діяльності до змін в операційних активах та зобов'язаннях АТ «Сбербанк» у 2014-2016 рр. [5]

Таблиця 3
Аналіз чистого грошового потоку від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності АТ «Сбербанку» 2014-2016 рр. тис. грн.

Показники	2014	2015	2016	Відхилення 2016 від 2014	
				абс (+;-)	%
Грошові кошти та їх еквіваленти на початок періоду	223477	651235	870248	646771	389,41
Чисті грошові кошти, що отримані/ (використані) від операційної діяльності	389849	227620	340567	-49282	87,36
Чисті грошові кошти, що отримані/ (використані) від інвестиційної діяльності	-11967	-8689	-132	11835	1,10
Чисті грошові кошти, що отримані/ (використані) від фінансової діяльності	50000	-	-	-50000	-
Вплив змін офіційного валютного курсу на грошові кошти та їх еквіваленти	-124	82	-31349	-31225	25281,45
Чисте збільшення/(зменшення) грошових коштів та їх еквівалентів	427758	219013	309086	-118672	72,26
Грошові кошти та їх еквіваленти на кінець періоду	651235	870248	1179334	528099	181,09

Джерело: [6]

що вплинули на величину показника, визначення необхідної його величини на перспективу та способів її досягнення. «Сбербанк» створено відповідно до умов, визначених Установчим договором про Створення та Діяльність акціонерного товариства. У своїй АТ «Сбербанк» (далі – Банк) виконує всі вимоги чинного законодавства України та керується законом України «Про банки та банківську діяльність». Банк приймає вклади населення, здійснює перекази грошових коштів по Україні та Росії, проводить валютнообмінні операції, емітує пластикові картки, обслуговує поточні рахунки фізичних осіб та корпоративних клієнтів, надає кредити. В активах АТ «Сбербанк» в 2014 та 2015 роках найбільшу питому вагу займають кредити та заборгованість клієнтів. В активах вони складають в 2014 році 979530 тис. грн., або

54,51%, в 2015 році 1206921 тис. грн., або 56,2%, в 2016 році 931274 тис. грн., або 42,66%. Кредити та заборгованість клієнтів зменшилися за досліджуваний період на 4,93%. В 2016 році в активах банку найбільшу питому вагу займають грошові кошти та їх еквіваленти. В активах вони складають в 2014 році 651235 тис. грн., або 36,24%, в 2015 році 870248 тис. грн., або 40,53%, в 2016 році 1179334 тис. грн., або 54,02%. Грошові кошти та їх еквіваленти за досліджуваний період збільшилися на 81,09%. Інші статті займають незначну питому вагу в активах банку. Найбільшими за обсягом є процентні доходи та процентні витрати банку АТ «Сбербанк». Процентні доходи банку складають в 2014 році 328353 тис. грн., в 2015 році 386333 тис. грн., в 2016 році 498325 тис. грн. і збільшилися за досліджуваний період на 169972 тис. грн.

Література:

1. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств: Навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К.: МАУП, 2014. – 328 с.
2. Шляга О. В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва / О. В. Шляга, Л. І. Шипуля // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – № 8. – с. 75-81.
3. Золотарьова О., Фролова Н., Чернецька К. Управління ліквідністю комерційного банку в контексті забезпечення його фінансової стійкості // Економічний аналіз, вип. 9, ч.1. – 2014, – с. 122-126.
4. Фінансовий менеджмент: практикум / О.М. Гавриш, І.В. Колупасова, В.А. Дубровіна. – Харків: Світ Книг, 2015. – 204 с.
5. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
6. Довідник банківських установ України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/bankdict/search>.

Исхакова Елена Николаевна

старший преподаватель кафедры финансов субъектов хозяйствования

Университета таможенного дела и финансов

Барабаш Надежда Максимовна,

Белодед Екатерина Витальевна

студенты

Университета таможенного дела и финансов

ПРОБЛЕМА АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО ОЦЕНКИ

Аннотация

В статье исследована сущность и необходимость анализа финансового состояния предприятий в современных условиях. Также исследовано финансовое состояние предприятия АО «Сбербанк». Обоснованы основные методические подходы к его осуществлению, их преимущества и недостатки.

Ключевые слова: финансовое состояние предприятия, финансовая устойчивость предприятия, платежеспособность предприятия, объективная оценка динамики и состояния ликвидности.

Ishakova Elena Nikolaevna

Senior Lecturer,

Department of Finance of Business entities

University of Customs and Finance

Barabash Nadezhda Maximovna

Belodid Ekaterina Vitalievna

students

University of Customs and Finance

PROBLEM OF ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATE OF THE ENTERPRISE AND ITS EVALUATION

Summary

The article investigates the essence and necessity of an analysis of the financial condition of enterprises in modern conditions. The financial status of Sberbank JSC is also researched. The basic methodical approaches to its realization, their advantages and disadvantages are substantiated.

Key words: financial state of the enterprise, financial stability of the enterprise, solvency of the enterprise, objective estimation of dynamics and the state of liquidity.

УДК 334.7

Бондаренко Діана Андріївна
студентка
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ В КОМПАНІЯХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Стаття присвячена таким важливим питанням, як сутність, структура та роль корпоративного управління в сучасній економіці. В статті представлені результати дослідження корпоративного управління найбільших аграрних компаній України. Визначені напрямки розвитку та вдосконалення корпоративного управління.

Ключові слова: корпоративне управління, наглядова рада, незалежний директор, аграрний сектор, IPO.

Постановка проблеми. Аграрний сектор відіграє важливу роль в економіці України. Він виступає лідером за часткою у структурі ВВП України та за обсягом експортних поставок. Це, в свою чергу, робить аграрний сектор стратегічно важливим для розвитку нашої держави, а також зміцнює вплив основних учасників даного ринку на економічну ситуацію в країні.

На ефективність функціонування аграрних підприємства впливає значна кількість чинників, одним із яких є організаційно-правова форма господарювання, що в умовах плюралізму форм власності проявляється у складних взаємозв'язках між власниками компанії та її менеджментом. Водночас аналіз стану управління найбільших компаній агропромислового сектору в контексті їхньої зацікавленості у організації управління дозволяє зробити припущення щодо рівня розвитку компаній України та їх трансформацій в міжнародний економічний простір.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В основу написання цієї статті покладено наукові дослідження Д. Баюра, інформаційні матеріали Міжнародної фінансової організації. Не дивлячись на значні напрацювання, присвячені питанням корпоративного управління, мало уваги приділялось особливостям корпоративного управління в агропромисловому секторі, що вимагає проведення додаткових досліджень цього аспекту. Тому значну частину роботи складає аналіз на основі власних досліджень та самостійні розробки автора.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання роботи, яке полягає в дослідженні основних характеристик та закономірностей функціонування корпоративного управління в компаніях аграрного сектору економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна – це країна з величезними перспективами розвитку сільського господарства. Цьому сприяють значні природні переваги. Площа сільськогосподарських земель України – найбільша в Європі – 41,5 млн. га (70% території країни), з них – 32,5 млн. га використовуються для вирощування сільськогосподарських культур. Розвитку сектору також сприяють близькість основних ринків збуту, транспортна інфраструктура (залізниця, дороги, порти), постійне зростання світового попиту на продовольчі продукти і аль-

тернативну енергетику, а також наявність порівняно дешевих трудових ресурсів.

Аграрний сектор є важливою стратегічною галуззю української національної економіки, в 2016 році він забезпечив 12% ВВП, а також третину експортного валютного виторгу. Для порівняння в 2010 році частка аграрного сектору становила 7,5% від усього ВВП [4]. Український аграрний ринок є драйвером розвитку національної економіки та її ефективною інтеграції в світовий економічний простір, а також зростання доходів та кількості задіяного в аграрній економіці сільського населення, що складає понад третину всього населення країни. Крім того забезпечує мультиплікативний ефект у розвитку інших галузей національної економіки.

Проведений аналіз 200 найбільших компаній України 2016 року за сукупним доходом показав, що 43 компанії з 200 є компаніями аграрного сектору, тобто більше п'ятої частини. Окрім того, сукупний дохід двохсот найбільших компаній України в 2016 році становив 2,3 трлн. грн, а компаній аграрного сектору – 352 млрд. грн, тобто 15,3% [2].

Одним із факторів розвитку та зростання доходів провідних агропромислових підприємств України виступає первинне публічне розміщення акцій (Initial Public Offering – IPO). Успішно проведене IPO надає можливість компанії реалізувати її стратегічні плани, є основою для подальшого розвитку й підвищення ефективності функціонування.

Незважаючи на те, що IPO є досить складним процесом, передбачає проходження декількох етапів, великих витрат на підготовку IPO, публічне розміщення на міжнародних фондових майданчиках набуло популярності серед українських аграрних компаній.

Проведення IPO свідчить про якісне зростання компанії. Вважається, що такий статус дозволяє компанії підвищити темпи розвитку, а також почати співпрацю з кращими міжнародними банками. Публічний статус компанії полегшує роботу зі Світовим банком, ЄБРР і ІФС в плані кредитування та підвищує інвестиційну привабливість. Як видно з рис. 1, більша частина компаній, які провели первинне розміщення акцій на іноземних фондових біржах за 2005-2013 рр. належали саме до аграрного сектору економіки України.

Як видно, частка компаній аграрного сектору в структурі українських компаній що провели IPO на іноземній фондовій біржі становить майже половину від всіх – 42,9%. З 15 компаній аграрного сектору 10 зробили IPO на Варшавській фондовій біржі (WSE), ще 5 компаній – на Лондонській фондовій біржі (LSE).

Проаналізуємо зміну ринкової капіталізації українських аграрних компаній з моменту їх IPO по 30 листопада 2017 року (табл. 2).

Як видно з табл. 1, майже всі компанії, з моменту IPO втратили свою вартість. Найбільше зменшилась ринкова ціна компанії компанії Авангард – на 97,3%. Поряд з нею компанії Мілкіленд, Укрпродукт і KSG Agro – 95,2, 93,2, 92,5% відповідно. Однією з причин того, що українські компанії не є досить успішними є те, що все ж більшість акціонерних товариств в Україні, особливо в аграрній сфері, виникли в результаті приватизації державної власності в 90-х роках XX ст. Таким чином вони не схожі на класичні американські корпорації з великою кількістю акціонерів. Але з розвитком ринку публічні акціонерні товариства все частіше акумулюють та

перерозподіляють капітал, а виникнення великої кількості власників зумовлює потребу в підвищенні ефективності управління компанією.

Таким чином публічний статус компанії не обмежується IPO. Він вимагає високої прозорості ведення бізнесу, і, як наслідок, зобов'язує компанію до оприлюднення кварталних і річних звітів, регулярних аудиторських перевірок. Та і на цьому прозорість підприємства не обмежується лише висвітленням фінансової інформації. Компанія також повинна повністю розкрити структуру власників, винагородити вищого керівництва. І, найголовніше, вона повинна мати прозору та ефективну систему корпоративного управління.

За визначенням Д. Баюри, «корпоративне управління» можна визначити як «систему цілеспрямованого формування процесу діяльності акціонерного товариства (корпорації) та впливу між акціонерами і зацікавленими особами» [3]. Міжнародна фінансова корпорація (ISF) «корпоративним управлінням» називає структури і процеси спрямування і контролю над діяльністю компаній, що стосується взаємин між головними керівними структурами компанії. Як зазначає

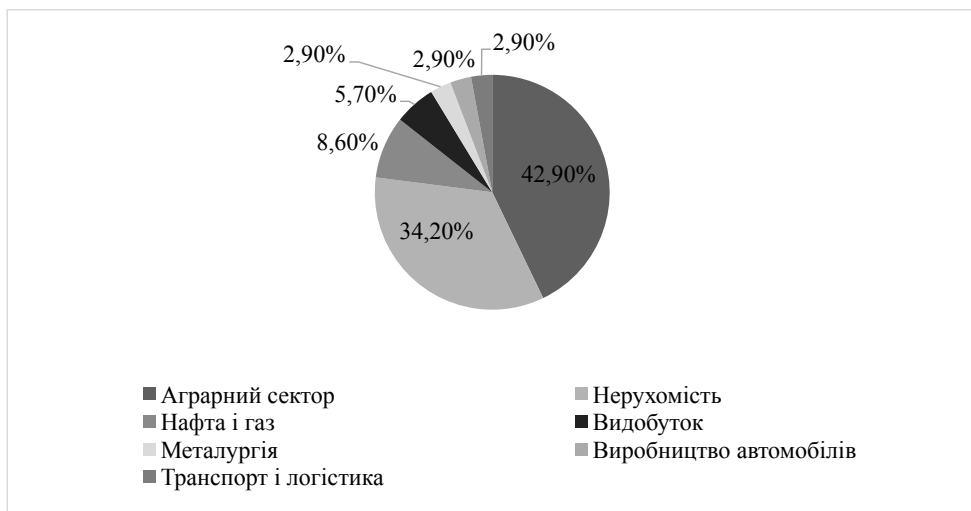


Рис. 1. Структура проведення IPO компаніями різних сфер діяльності за 2005-2013 рр.

Джерело: складено автором на основі: [1]

Таблиця 2

Зміна вартості українських аграрних компаній з моменту їх IPO

Назва компанії, дата IPO	Капіталізація компанії на момент IPO, млн. дол.	Капіталізація компанії станом на 30.11.2017, млн. дол.	Зміна капіталізації з дати IPO	Збільшення/Зменшення
KSG Agro, 2011	120	9	-92,5%	Зменшення
Industrial Milk Company, 2011	125	113	-9,6%	Зменшення
Ovostar Union, 2011	198	187	-5,6%	Зменшення
Agroton, 2010	206	30	-85,4%	Зменшення
Avangardco, 2010	959	26	-97,3%	Зменшення
Agroliga, 2010	8	7	-12,5%	Зменшення
Milkiland, 2010	314	15	-95,2%	Зменшення
MHP, 2008	322	1212	276,4%	Збільшення
Kernel, 2007	218	3873	1676,6%	Збільшення
Astarta Holding, 2006	168	1274	658,3%	Збільшення
Ukrproduct, 2005	44	3	-93,2%	Зменшення

Джерело: складено автором на основі: [1]

Міжнародна фінансова корпоратиція, під взаєминами між головними керівними структурами компанії розуміють стосунки між акціонерами, членами ради директорів і керівниками вищої ланки, а вагомим елементом будь-якої належної системи корпоративного управління є чітке визначення ролі, обов'язків, прав і очікувань кожного з цих органів управління [5].

Наглядова рада в даній системі є важливою складовою управління, вона визначає та впроваджує корпоративну стратегію, управляє вартістю компанії, здійснює контроль за фінансовими потоками та має багато інших повноважень. Тому від її ефективної діяльності залежить життєздатність всієї компанії. Щоб система корпоративного управління була ефективною, компанія повинна мати таку наглядову (спостережну) раду (Supervisory Board), яка відповідатиме за збереження вартості компанії та мінімізацію втрат. Наглядова рада виступає посередником між акціонерами та менеджментом, що очолюється генеральним директором (CEO). Основна ж ціль генерального директора – збільшення вартості компанії та максимізації фінансових результатів.

Проведений аналіз показав, що вартість більшості українських компаній після IPO знизилась, і однією з причин цього може бути неефективна система корпоративного управління.

В 2016 році Рейтинговим агентством IBI-Rating було проведено щорічне дослідження корпоративного управління в компаніях України, за результатами якого визначено, що стовідсоткова відповідність корпоративного управління компанії міжнародним стандартам спостерігається у двох компаній – Астарта та Кернел – саме ці компанії не тільки зберегли свою цінність після IPO, але і примножили її. Окрім того саме в компаніях зі зразковим рейтингом корпоративного управління в наглядовій раді більша частка незалежних членів. Зв'язок між якістю корпоративного управління, вартістю компанії та часткою незалежних членів наглядової ради зобразимо на рис. 2.

Отже, холдингові компанії значно збільшили свою вартість (Кернел, МХП, Астарта), тому що дотримувалися правил публічної компанії. Ті ж компанії, система корпоративного управління яких не отримала найвищої оцінки, не змогли зберегти вартість компанії. Хоч невелика, але наявність успішних компаній вказує, що IPO залишається одним з небагатьох реальних інструментів залучення капіталу, але тільки бізнесом з якісною системою корпоративного управління.

Окрім того бачимо залежність між кількістю незалежних директорів в наглядовій раді та успіхом компанії. Та все ж, у більше двох третях українських компаній, акції яких розміщені на іноземній фондовій біржі, є хоч один незалежний член наглядової ради. А незалежний член наглядової ради – це директор, який не залежить від жодного учасника корпоративних відносин, намагається знайти баланс інтересів усіх акціонерів і керується в діяльності виключно особистим професіоналізмом та міркуваннями підвищення ефективності роботи компанії загалом, що є дуже важливим особливо на українському ринку, де в більшості компаній переважає частка мажоритарних акціонерів.

Сьогодні наявність незалежних членів в наглядовій раді в міжнародній практиці можна вважати стандартом, хоча чітких вимог щодо наявності та кількості незалежних директорів зазвичай не встановлюється, інститут незалежних директорів забезпечує об'єктивний та високопрофесійний контроль за діяльністю менеджменту з боку наглядової ради та ефективне управління компанією в інтересах усіх її власників.

Варто порівняти склад наглядових рад публічних аграрних компаній України які функціонують на іноземних біржах та які ні. Аналіз 30 найбільших аграрних підприємств України за обсягом доходу в 2016 році показав, що 7 з них продають свої акції на іноземній фондовій біржі. Серед 23 компаній, що не присутні на

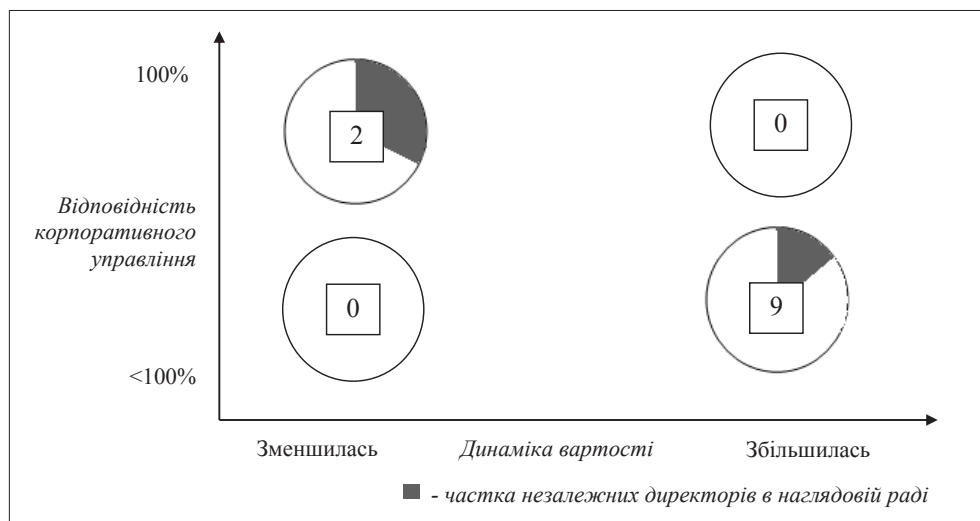


Рис. 2. Матриця «Зв'язок між якістю корпоративного управління, вартістю компанії та часткою незалежних членів наглядової ради»

Джерело: складено автором на основі: [2]

Варшавській та інших фондових біржах більша частина не має акціонерної форми. Та все ж в акціонерних товариствах, що входять до даної групи наглядова рада здебільшого відсутня, а в тих випадках коли вона є – в неї відсутні незалежні члени.

Ще одним важливим аспектом, яким не варто нехтувати, виступає особа голови наглядової ради (Chairman of the Board). В багатьох компаніях дану посаду займає головний акціонер. Звичайно за таких умов робота наглядової ради не є ефективною. Адже голова наглядової ради повинен представляти інтереси всіх акціонерів, окрім того задавати норми наглядовій раді, бути фасилітатором та вміти поставити себе на місце акціонерів, але не бути ними. Він не обов'язково повинен бути спеціалістом в галузі, до якої належить компанія, але має добре розбиратися в корпоративному управлінні та в комунікаціях.

Таким чином, трансформація системи корпоративного управління аграрних компаній України є одним із найважливіших аспектів при підготовці до виходу на міжнародну арену. Та вихід на міжнародний ринок не є основним фактором створення системи корпоративного управління. Пріоритетними завданням при реформуванні системи корпоративного управління підприємства є:

- формування ефективної ради незалежних директорів;
- призначення голови наглядової ради (незалежний директор);
- підбір кваліфікованих незалежних директорів в наглядову раду;
- упровадження в організаційну структуру управління комітету із внутрішнього аудиту, призначень і винагород та забезпечення ефективності його функціонування;
- розробка кодексу корпоративного управління та етики, заснованих на принципах кодексу корпоративного управління країни, в якій буде здійснюватися розміщення акцій емітента;
- формування системи мотивації та винагороди топ-менеджерів, що орієнтована на результати діяльності підприємства;
- забезпечення щорічного проведення річних зборів акціонерів і т. п.

Реалізація запропонованих напрямів сприятиме зростанню ефективності функціонування підприємства, рівня його транспарентності, вартості корпоративних прав тощо [3].

Відсутність ефективності системи корпоративного управління в Україні пов'язана також з недосконалістю законодавства, що регулює діяльність корпорацій. Так, якщо проаналізувати останні законодавчі нововведення в сфері корпоративного управління, то вони стосуються державних підприємств та банків. Так Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо спрощення ведення бізнесу та залучення інвестицій емітентами цінних паперів» (реєстраційний номер 5592-д, прийнятий 16 листопада 2017 року) передбачено збільшення квоти для незалежних директорів у спостережних радах банків до щонайменше однієї третини (але у будь-якому разі не менше трьох осіб). Головою ради, відповідно до нових правил, повинен бути обраний незалежний директор. В частині державних підприємств законодавством передбачено, що незалежні директори мають складати більшість в наглядових радах державних унітарних підприємств [4]. Проте суттєвих реформ щодо приватних компаній за останні роки не відбулось. І це враховуючи те, що стимулом розвитку корпоративного управління є не державний, а приватний сектор, міжнародна практика показує розвиток корпоративного управління в компаніях не під вагою державних регуляторів, а за ініціативою і під впливом саме приватного сектору економіки.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Аграрний сектор України є драйвером розвитку національної економіки на міжнародній арені. Але для успіху компанії аграрного сектору на міжнародному ринку не достатньо провести розміщення акцій на закордонній фондовій біржі. Для цього потрібно мати прозору систему корпоративного управління. Ефективна та прозора система корпоративного управління та наявність незалежних членів в спостережній раді сприяють збереженню вартості компанії, мінімізації її ризиків, роблять діяльність компанії ефективнішою, а саму компанію більш конкурентноздатною як на місцевому, так і на світовому ринку.

Література:

1. Eavex Capital [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eavex.com.ua/>
2. Агенство з розвитку фондового ринку SMIDA [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>
3. Баюра Д. IPO як ефективний інститут та передумова корпоративної реструктуризації агропромислових підприємств / Д. Баюра, Д. Ситенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2015. – Вип. 5. – С. 17-23. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_5_5
4. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>
5. Корпоративне управління в сімейному бізнесі [Електронний ресурс] // Посібник IFC. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/d47d350045fcabfb827ebb9916182e35/Family_Business_Governance_Handbook_Ukrainian.pdf?MOD=AJPERES.

Бондаренко Диана Андреевна
студентка
Киевского национального университета
имени Тараса Шевченко

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В КОМПАНИЯХ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

Аннотация

Статья посвящена таким важным вопросам, как сущность, структура и роль корпоративного управления в современной экономике. В статье представлены результаты исследования корпоративного управления крупнейших аграрных компаний Украины. Определены направления развития и совершенствования корпоративного управления.

Ключевые слова: корпоративное управление, наблюдательный совет, независимый директор, аграрный сектор, IPO.

Bondarernko Diana Andriivna
Magister student
Kyiv National University named after Taras Shevchenko

CORPORATE GOVERNANCE IN AGRIBUSINESS COMPANIES IN UKRAINE

Summary

The article is devoted to such important issues as the essence, structure and role of corporate governance in the modern economy. The article presents the results of the research on corporate governance in the largest agricultural companies in Ukraine. Also areas of development and improvement of corporate governance are determined in the article.

Key words: corporate governance, supervisory board, independent director, agrarian sector, IPO.

УДК 330

Бушовська Леся Борисівна
кандидат економічних наук,
Хмельницький національний університет
Левицька Мар'яна Віталіївна
студентка
Хмельницького національного університету

ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

У даній статті удосконалено теоретичні засади управління інвестиційною діяльністю підприємства. Визначено та досліджено шляхи підвищення його ефективності та обґрунтовано доцільність інвестиційної діяльності підприємства.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, інвестиції, механізм, капітал, інноваційна діяльність, активи, управління, інвестиційний ризик.

Постановка проблеми. Управління інвестиційною діяльністю – це сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб та держави щодо реалізації інвестицій, тобто воно здійснюється на основі: інвестування недержавним коштом, державного інвестування, іноземного інвестування, спільного інвестування. Менеджмент інвестицій може упродовжуватись у найрізноманітніших формах: реальній, фінансовій, інтелектуальній, інноваційній. Інвестиції здійснюються тільки у високо ефективні проекти, результатом яких є прибуток, дохід, дивіденди. Тому створення та розробка оптимальних методів та механізмів управління інвестиційною діяльністю підприємства сприятиме активізації та покращення не лише соціально-економічних показників діяльності підприємства, а й впливатиме на стан у цілому економіки країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам управління інвестиційною діяль-

ністю у своїх роботах приділяли увагу багато зарубіжних учених-економістів: У. Шарп, Дж. Кейнс, Л. Гітман, М. Джонк, С. Беренс, П. Хавранек; оцінювання фінансового результату від інвестиційної діяльності та ефективності використання інвестиційних ресурсів: В.П. Савчук, О.В. Мертенс та ін. Значний внесок у розробку проблем державної інвестиційної політики та управління інвестиціями належить українським вченим Д.М. Черваньову, А.А. Пересаді, М.І. Крупці, В.С. Пономаренку, П.А. Орлову і іншим.

Формування цілей статті. Мета статті полягає у розвитку та удосконаленні теоретичних засад управління інвестиційною діяльністю на рівні держави і підприємства з одночасним дослідженням шляхів підвищення його ефективності та обґрунтування доцільності інвестиційної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Однією з найважливіших сфер діяльності будь-якого підприємства є інвестиційна, тобто операції, пов'язані з вкладенням грошових коштів в реалізацію проєктів, які забезпечуватимуть отримання вигод впродовж певного періоду часу. Метою інвестування є досягнення конкретного заздалегідь зумовленого ефекту, який може носити як економічний, так і позаекономічний характер (наприклад, соціальний або екологічний).

Розрізняють такі види інвестиційної діяльності [1]:

а) інноваційна діяльність – така форма інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво та соціальну сферу, включаючи: випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки та технологій; прогресивні міжгалузеві структурні зрушення; реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими строками окупності витрат; фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані продуктивних сил; розробку та впровадження нової, ресурсозберігаючої технології, призначеної для поліпшення соціального й екологічного становища;

б) капітальне будівництво – інвестиційна діяльність, що здійснюється з метою створення нових і відтворення діючих основних фондів, в які вкладаються кошти;

в) лізинг – довгострокова оренда устаткування, машин, споруд виробничого призначення (з поєднанням елементів відносин купівлі-продажу, доручення, кредиту) як особлива форма інвестування в основні фонди, що дозволяє підприємцям-лізин-годержувачам використовувати необхідне устаткування, машини, споруди без капітальних витрат на їхнє придбання;

г) корпоративна (в т. ч. акціонерна) форма інвестування – вкладення коштів в акції підприємств, що мають форму акціонерних товариств, і в статутні фонди (майно) інших підприємницьких організацій корпоративного типу.

На рівні ж підприємства пріоритетною цільовою установкою інвестицій є досягнення, як правило, економічного ефекту, який може бути отриманий у формі приросту суми інвестованого капіталу, позитивної величини інвестиційного прибутку, позитивної величини чистого грошового припливу, забезпечення збереження раніше вкладеного капіталу і тому подібне. Досягнення економічного ефекту інвестицій визначається їх потенційною здатністю генерувати дохід. Як джерело доходу інвестиції є одним з найважливіших засобів формування майбутнього добробуту інвесторів. В той же час, потенційна здатність інвестицій приносити дохід не реалізується автоматично, а забезпечується лише в умовах ефективного вибору інвестиційних об'єктів і джерел їх інвестування.

Інвестиційна складова є безумовним, хоча і не єдиним фактором економічного зростання. Тому створення умов для покращання інвестиційного клімату не може бути самою ціллю. Дані зусилля спрямовуються на те, щоб перетворити інвестування на дієвий інструмент регулювання економіки.

Практичне здійснення інвестування в реальні активи забезпечується інвестиційною діяльністю підприємства, яка є одним їх самостійних видів його господарської діяльності і найважливішою формою реалізації його економічних інтересів. Під інвестиційною діяльністю підприємства розуміється цілеспрямований процес дослідження необхідних інвестиційних ресурсів, вибору ефективних об'єктів (інструментів) інвестування, формування збалансованої за обраними параметрами інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпечення її реалізації. Інвестиційна діяльність підприємства характеризується наступними основними особливостями [3]:

– інвестиційна діяльність є головною формою забезпечення зростання операційної діяльності підприємства і по відношенню до цілей і завдань носить підпорядкований характер;

– форми і методи інвестиційної діяльності в набагато меншому ступені залежать від галузевих особливостей підприємства, чим операційна діяльність;

– об'єми інвестиційної діяльності підприємства характеризуються істотною нерівномірністю по окремих періодах;

– інвестиційна діяльність формує особливий самостійний вид грошових потоків підприємства;

– інвестиційній діяльності властиві специфічні види ризиків.

Інвестиційне регулювання є діяльністю з упорядкування дій, які спрямовані на забезпечення економічного зростання в результаті інвестування. Об'єктом інвестиційного регулювання є ефективність розвитку галузей, видів діяльності, підприємств. Оскільки інвестиції – це вкладення ресурсів з метою отримання прибутку, то йдеться про продуктивний розвиток підприємств, продукція яких знаходить збут. У державне регулювання інвестиційної діяльності входить управління державними інвестиціями, а також регулювання умов інвестиційної діяльності та контроль за її здійсненням усіма інвесторами й учасниками інвестиційної діяльності. Державне регулювання інвестиційної діяльності здійснюється з метою реалізації економічної, науково-технічної та соціальної політики. Ефективність регулювання характеризують зведені та індивідуальні показники економічного і соціального розвитку країни. Результативність регулювання інвестиційної діяльності залежить від еластичності попиту і пропозиції на інвестиційному ринку.

Управління інвестиційною діяльністю здійснюється через інвестиційний механізм, який є сукупністю елементів, у процесі взаємодії яких забезпечується цілеспрямоване та ефективне інвестування. Складовими інвестиційного механізму є органи державного управління інвестиційною діяльністю, методи державного управління інвестиційною діяльністю, інвестори, методи управління інвестиційними проєктами та об'єкти управління інвестиційної діяльності. Держава в особі органів управління інвестиційною діяльністю аналізує обсяги та напрями інвестиційних потоків.

Органи управління інвестиційною діяльністю визначають пріоритети, правила, норми стосовно розвитку і функцій інвестиційної інфраструкту-

ри, джерел інвестування, напрямів використання отриманого прибутку в результаті інвестування та інше. Результати інвестиційної діяльності набирають вигляду зведених та індивідуальних соціально-економічних показників, проаналізувавши значення яких, органи управління інвестиційною діяльністю здійснюють заходи, спрямовані на оптимізацію їх майбутніх значень. Метод державного управління інвестиційною діяльністю – це юридично виражений спосіб впливу органів управління на об'єкт управління, суспільні відносини, що виникають у процесі державного управління інвестиційною діяльністю.

В Україні використовуються адміністративні, економічні методи, методи опрацювання управлінських рішень, метод експерименту, а також методи природничо-технічного класу: математичні, кібернетичні тощо [2].

Говорячи про методи управління інвестиційною діяльністю, іноземні дослідники в окрему групу виділяють методи державного управління іноземним інвестуванням. До них належать параметричні та прямі методи управління. Параметричний метод зводиться до контролю за діяльністю іноземних інвесторів у формі промислової, комерційної, валютної, кредитної політики держави, створення інвестиційних кодексів, законів, що визначають умови діяльності іноземних інвесторів і впливу на параметри, які визначають прийняття рішень іноземним інвестором.

Прямі методи здійснюються державою централізовано та децентралізовано. В першому випадку державні органи беруть участь у процесі прийняття рішень на рівні підприємств; у другому держава передає національним державним чи приватним компаніям функції контролю над спільним підприємством чи діяльністю іноземного інвестора на підставі контрактної угоди.

До даної групи методів належать також заохочувальні, обмежувальні, автоматичні та дискреційні методи. Заохочувальні та обмежувальні є набором засобів податкового, митного, валютного регулювання, за допомогою яких встановлюється той чи інший режим іноземного інвестування. Автоматичні методи передбачають заохочення чи обмеження певної господарської діяльності підприємств певної галузі відповідно до твердо встановлених загальнообов'язкових правил та дискреційних методів, що передбачають одиничне застосування заохочувальних або обмежувальних заходів до окремих підприємств, що є важливим для створення сприятливого клімату не для конкретної галузі, а для більшості галузей національної економіки.

Налагодження ефективної дії інвестиційного механізму і забезпечення сприятливого інвестиційного клімату, зокрема, є одним з найважливіших завдань, на яких повинна зосередити увагу держава в процесі реформування національної економіки.

Управління інвестиційною діяльністю слід розглядати як складову загальної системи управління підприємством та звертати увагу на: інтегрованість із загальною системою управління підприємством, комплексність в процесі формування управлінських рішень щодо реалізації інвестицій у взаємозв'язку з кінцевими ре-

зультатами фінансової діяльності підприємства, високий рівень динамізму управління в галузі формування й реалізації інвестицій, багатоваріантність підходів щодо прийняття окремих управлінських рішень в сфері формування інвестиційних ресурсів підприємства, орієнтація на стратегічний розвиток підприємства [2]. Метою управління інвестиційною діяльністю є: відображення майбутнього стану економіки завдяки обсягам інвестицій у виробництво; забезпечення потрібної прибутковості та терміновості досягнення цілей; розробка стратегій інвестиційної діяльності; аналіз економічного стану підприємства та доцільність залучення інвестицій; визначити слабкі і сильні сторони підприємства; визначення шляхів розвитку підприємства, що займається певним видом діяльності, характерних саме йому і т.д. [2].

Вагоме місце в системі управління інвестиційною діяльністю підприємства належить контролю, основними принципами побудови якого є: направленість на реалізацію інвестиційної стратегії; орієнтованість на стандарти; відповідність методів контролю методам аналізу та планування; своєчасність проведення контролю дозволяє усувати поточні відхилення до того, як вони можуть прийняти серйозний характер; гнучкість та простота побудови; економічність передбачає рівність обсягів видатків щодо розміру ефекту, який може бути досягнутий в процесі його здійснення.

Основними видами контролю інвестиційної діяльності є стратегічний, поточний та оперативний. Моніторинг інвестиційних проектів – це механізм проведення постійного нагляду та контролю за процесом освоєння інвестицій, що посідає значне місце у процесі управління інвестиційною діяльністю. Загальний моніторинг проекту здійснює інвестор (замовник) або від їх імені дирекція підприємства, що будується. Існує 3 види моніторингу: фінансовий, маркетинговий, технічний [1].

Управління інвестиційною діяльністю передбачає необхідність проведення фінансово-економічних розрахунків, які пов'язані з потоками грошових коштів в різні періоди. Вирішальною при цьому є оцінка вартості грошей, яка з часом змінюється з урахуванням норми прибутку на фінансовому ринку. Усі фінансово-економічні розрахунки повинні враховувати темпи інфляції, яка з часом знецінює вартість грошових коштів. Це викликає необхідність реального відображення вартості інвестиційних активів і грошових потоків підприємства.

На інвестиційну діяльність підприємства значно впливає ризик, який виявляється як ризик, що пов'язаний з формуванням прибутковості інвестиційних операцій. Врахування ризику вимагає серйозної уваги з боку керівників підприємства, оскільки є постійно діючим фактором, який необхідно передбачати в процесі прийняття всіх управлінських рішень щодо інвестиційної діяльності. Рівень інвестиційного ризику може бути оцінений за допомогою економіко-статистичних, експертних або аналогових методів.

Необхідно відмітити, що інвестиції роблять безпосередній вплив на збільшення ринкової вартості фірми. Цінність підприємства і її збіль-

шення – природна і логічна мета будь-якого розумного керівника, причому ця мета куди більше універсальна, ніж збільшення прибутку, який нерідко розглядається як головне завдання підприємства. Проте, при такому спрощеному підході важко зрозуміти логіку деяких типів комерційних стратегій, які не припускають негайної максимізації маси прибутку або рівня рентабельності, а націлені, скажімо, на розширення свого сектора ринку або збільшення нематеріальних активів.

Усі ці типи комерційної політики набувають сенсу, якщо виходити з гіпотези про збільшення цінності підприємства як найбільш універсальний мотив поведінки керівників підприємства. Цінність підприємства – це різниця ринкової вартості власного капіталу підприємства і ринкової вартості зобов'язань підприємства. Економічний сенс категорії «цінність підприємства» полягає в тому, що цінність підприємства – це те реальне багатство, яке мають (і яке можуть отримати в грошовій формі, якщо вони того побажають і продадуть свою власність) власники підприємства. Цінність підприємства реально визначається не тим, наскільки великий його капітал (за виключенням, можливо, капіталу, що знаходиться у формі найбільш ліквідних активів), а тим, яке положення цей капітал забезпечує підприємству на ринку його товарів і послуг.

Між тим, це положення якраз і визначається напрямками інвестицій підприємства: якщо вони підвищують його конкурентоспроможність і забезпечують приріст доходності його капіталу, то цінність підприємства збільшується і його влас-

ники стають багатіше. Інакше інвестиції, формально збільшуючи пасиви підприємства (за рахунок вкладень власного капіталу або залучення позикових коштів, що збільшують зобов'язання), приведуть до зниження цінності підприємства, оскільки ринкова оцінка його капіталу впаде услід за зниженням його конкурентоспроможності і прибутковості. Тому будь-які інвестиції, у тому числі і інвестиції в реальні активи, слід розглядати передусім з точки зору того, як вони впливають на діяльність підприємства. Цей критерій оцінки прийнятності інвестицій можна визнати найбільш загальним.

Висновок. Для підвищення якості роботи по управлінню інвестиційною діяльністю на підприємствах доцільно автоматизувати процеси інвестиційної діяльності та створити оптимальну систему оперативного управління інвестиційною діяльністю, що буде формуватись з підсистем планування, організації та контролю за інвестиціями, які у свою чергу будуть контролюватись менеджментом підприємства для забезпечення ефективного та стабільного соціально-економічного розвитку з можливістю у перспективі проводити постійну адаптацію підприємства до змінних умов зовнішнього середовища. Основною метою інвестицій на підприємстві є забезпечення різних форм довготермінового розвитку підприємства і нагромадження його капіталу, а поняття інвестиційної діяльності підприємства доцільно визначати як сукупність операцій, пов'язаних із реалізацією інвестиційних проєктів для отримання довготермінового зростання його ринкової ціни.

Література

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. – К.: Эльга – Ника – Центр, 2010. – 531с.
2. Керанчук Т. Финансова стабільність підприємства і методичні аспекти її оцінки // Економіка України. – 2013. – № 1. – с. 83-86.
3. Коваленко В., Бурденко І. Регулятори інвестиційної рівноваги // Фінанси України. – 2002. – № 4. – с. 97-102.

Бушовская Леся Борисовна

кандидат экономических наук,
Хмельницкий национальный университет
Левицкая Марьяна Виталиевна
студентка
Хмельницкого национального университета

ИНВЕСТИЦИИ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация

В данной статье усовершенствованы теоретические основы управления инвестиционной деятельностью предприятия. Определены и исследованы пути повышения его эффективности и обоснований целесообразности инвестиционной деятельности предприятия.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, инвестиции, механизм, капитал, инновационная деятельность, активы, управление, инвестиционный риск.

Bushovska Lesya Borusivna
Khmelnitsky National University
Levytska Maryana Vitalivna
Khmelnitsky National University

INVESTMENT ACTIVITY AS OBJECT MANAGEMENT

Summary

Management of investment activity – is a set of practical actions of citizens, legal persons and state on the sale of investments, ie, it is based on: investing private funds, public investment, foreign investment, joint investment. Management of investments may be implemented in a variety of forms: REAL, financial, intellectual, innovative. Investments are made only in highly effective projects that result in profits, income, dividends. The creation and development of best practices and mechanisms of investment activity of the enterprise will boost and improve not only socio-economic indicators of the company, but also affect the state of the whole economy.

One of the most important areas of any enterprise is an investment, that is, transactions involving the investment of funds in projects which will ensure to benefit for a certain period of time. The purpose of investing is to achieve a specific pre-conditioned effect, which can be both economic and non-economic character.

Key words: investment activity, investment mechanism, capital, innovation, asset management, investment risk.

УДК 339.1

Вдовічена Ольга Генадіївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри товарознавства, маркетингу та комерційної логістики
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету
Дзундза Тетяна Ігорівна
студентка
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ БРЕНДУ В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

У статті значна увага приділяється питанням ефективного формування портфеля брендів, що дозволить зберегти свої позиції у конкурентній боротьбі у перспективі. В результаті дослідження сформовано фактори, на які необхідно зважати при концепції брендингу на вітчизняному ринку.

Ключові слова: бренд, брендинг, портфель брендів, моделі бренд-менеджменту, «персоніфікованість» бренду.

Постановка проблеми. Сучасні ринки характеризуються високим рівнем конкуренції, динамічністю розвитку технологій, великою швидкістю появи нових товарів та послуг. У таких умовах для утримання та завоювання споживачів, підприємства мають орієнтуватися не тільки на їхні функціональні потреби, але й враховувати всі рівні потреб та здійснювати цілеспрямовану систематизовану діяльність із задоволення як функціональних, так і емоційних, соціальних та психологічних потреб споживачів. Відтак, брендинг, який концентрується на формуванні довготривалих стосунків зі споживачами, стає відповіддю на сучасні ринкові умови та інструментом забезпечення конкурентоспроможності. Формування бренда (портфеля брендів) як джерела забезпечення конкурентних переваг уже є стандартом для успішних підприємств як зарубіжжя, так і України. Але, як свідчить аналіз діяльності підприємств, управління брендами має ситуативний, епізодичний та навіть суперечливий характер. Такий підхід не дозволяє оптимально використовувати ресурси підприємства для створення сильного бренда та зміцнення своїх позицій на ринку, звідки випливає, що

формування та розробка ефективної та сучасної програми управління портфелем бренду є актуальним напрямком підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти формування портфеля брендів розглядали у своїх роботах такі вчені-економісти, як: О. Зозульов [1], Ф. Котлер [3], М. Портер [4], В. Третяк [5] та ін. Незважаючи на значну кількість наукових праць, щодо діяльності з розробки, формування та управління брендом питання ефективного формування портфеля бренда сучасного підприємства залишаються не досить дослідженими і потребують більш ґрунтовного вивчення. Так, недостатньо опрацьованими залишаються питання з позиціонування й ефективного формування портфеля брендів, управління ним та ефективності взаємодії брендів у самому портфелі. Без формування системи управління підприємства з орієнтацією на бренд неможливо забезпечити системне управління брендом та відповідно конкурентною позицією підприємства.

Постановка завдання. На основі зазначеного вище, ми можемо сформулювати мету дослідження, яка полягає у визначенні та обґрунту-

ванні положень, що дозволять створити найбільш ефективний механізм для узгодження діяльності підприємства в напрямку створення, зміцнення та розширення бренда, а також формування бренд-орієнтованого управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині підприємства стикаються з багатьма проблемами і труднощами. Щороку на ринку з'являється величезна кількість нових товарів; більшість товарних категорій представлені кількістю брендів, що обчислюються десятками і навіть сотнями. Підприємства почали приділяти значну увагу вдалому формуванню портфеля брендів, оскільки це забезпечує їм вихід на нові сегменти та ринки, додаткових споживачів, можливість створення нових товарів або модифікації старих. Успішне формування портфеля брендів забезпечує стійку конкурентну перевагу, призводить до більш високої рентабельності і більш високих ринкових показників та допомагає перетворити підприємство з безособової структури в престижне і впізнаване [11].

Відтак, на нашу думку, необхідно дати визначення самому поняттю «портфель брендів». Портфель брендів – це сукупність всіх торгових марок, які пропонує компанія в рамках певної товарної категорії. Кожна торгова марка належить своєму ціновому сегменту і орієнтована на конкретну цільову аудиторію. Визначимо основні переваги портфеля брендів. До таких можна віднести [6]:

- максимальне охоплення ринку;
- наявність декількох торгових марок, яка дозволяє розширити цільову аудиторію і залучити додаткових споживачів;
- підвищення конкурентоспроможності. Якщо правильно сегментувати портфель брендів, компанія може не тільки звузити сферу впливу конкурентів, але і перешкодити появі нових гравців на ринку;
- захист репутації основного бренду компанії. Якщо певна торгова марка, що належить компанії, почне викликати у споживача несприятливі асоціації, «батьківський» бренд ніяк не постраждає. Цей фактор важливий і при запуску новинок, в успіху яких компанія впевнена не до кінця.

Аналіз сутності поняття «портфель брендів» показав, що його слід розуміти, враховуючи наявність конкурентних відносин між економічними суб'єктами на ринку та конкурентних переваг

фірми, які забезпечуються наявністю в її портфелі сучасних, конкурентоспроможних і впізнаваних брендів. У таблиці 1 представлено визначення основні підходи до визначення поняття «портфель брендів» різними вченими-економістами.

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна сформулювати власне визначення «портфеля брендів» – це поєднання брендів або суббрендів у портфелі підприємства, які структуровані за певною ознакою, орієнтовані на різні цільові групи і цінові сегменти та здатні адаптуватися під ринкову ситуацію з метою забезпечення конкурентної стійкості на ринку, привернення уваги та формування позитивного іміджу. Основна мета розширення бренду – це забезпечення економічного росту підприємства, а мета портфеля брендів полягає в тому, щоб краще задовольняти потреби сегментованих ринків, тому будь-який перегляд такого портфеля порушує питання, які сегменти повинні бути збережені [2, с. 303].

Успішне формування портфеля брендів забезпечує стійку конкурентну перевагу, призводить до більш високої рентабельності і більш високих ринкових показників та допомагає перетворити підприємство з безособової структури у престижне і відоме. При цьому важливо забезпечити підприємству стійке конкурентне становище на ринку. Брендінг – це творчість, заснована не тільки на глибокому знанні ринку, а й на знанні основних правових і соціально-культурних питань. У міру насичення ринків запускати нові бренди стає все дорожче і важче, тому треба вчитися керувати вже наявними. І перше, що необхідно мати на увазі, – це зв'язок процесу управління брендом зі стратегією і бізнес-системою компанії.

Існує прямий зв'язок процесу управління брендом зі стратегією і бізнес-системою компанії. Якщо позиціонування і управління брендом не пов'язані зі стратегією і бізнес-системою компанії, то шанси на успіх невеликі. На рис. 1 представлено зв'язок процесу управління брендом зі стратегією і бізнес-системою компанії.

Фахівці впевнені, що брендом можна ефективно управляти, якщо користуватися методом, заснованим на аналізі ринку і потенціалу бренду, а також на знанні основних критеріїв лояльності споживачів. Про це говорять експерти з маркетингу консалтингової компанії «McKinsey & Company».

Таблиця 1

Аналіз літературних джерел щодо визначення поняття «портфель брендів» [2, с. 303]

Автор, джерело	Визначення поняття «портфель брендів»
Д. Аакер	Усі бренди або суббренди, приєднані до ринково-орієнтованих пропозицій продукту, враховуючи спільні бренди з іншими фірмами.
Ж.-Н. Капферер	Комбінації міжнародних та локальних, слабких та сильних, нових та зрілих брендів; відповідь на особливі цілі домінування у товарній категорії, створення бар'єрів на шляху проникнення конкурентів у мережу розподілення, привертання уваги та формування лояльності споживачів.
Ф. Котлер	Оцінка становища всіх «виробництв», котрі входять до складу фірми (під «виробництвом» можна розуміти товарний асортимент, бренди, відділи).
Б. Ванекен	Сукупність брендів та суббрендів, котрі належать одній організації.
І. Биков	Наявність у компанії декількох брендів.
О. Зозульов	Сукупність усіх торгових марок та марочних ліній, котрі пропонує підприємство в рамках певної товарної категорії.
С. Старов	Сукупність брендів, структурованих за певним принципом.



Рис. 1. Зв'язок процесу управління брендом зі стратегією і бізнес-системою компанії [8]

За оцінками "McKinsey & Company", з кожним роком споживачам все важче орієнтуватися в лавині товарів, і це не дивно, якщо врахувати, з якою швидкістю на ринку з'являються нові бренди – всього за десять років кількість брендів, представлених в продовольчих магазинах США, зросла з 15 до 45 тис [8]. Але проблема ускладнюється ще й тим, що не менше складно сьогодні диференціювати товари на основі об'єктивних характеристик.

У такій ситуації компанії частіше розглядають бренди як можливість привернути до себе увагу споживачів і виділити свої товари серед аналогічних. Але це непросте завдання, адже стрімке збільшення кількості брендів супроводжується великим інформаційним рекламним потоком. Наприклад, в США на людину припадає в середньому 5000 рекламних повідомлень в день, відтак, що у людей виробляється байдужість до звичайних рекламних прийомів. Результати нових досліджень говорять про те, що, хоча останнім часом реклами стало на 10% більше, ефективність її впала на 18% [8].

Дослідження компанії "McKinsey & Company" показують, що успішна стратегія бренду включає в себе як мінімум чотири важливі елементи, які пов'язані як з традиційними питаннями стратегії компанії, так і з бізнес-системою і ключовими важелями управління брендом.

Перший елемент – актуальне і неординарне позиціонування бренду для цільової аудиторії – пов'язане зі звичними формулюваннями стратегії компанії: «де конкурувати» і «як конкурувати».

Другий елемент – чітко позначений шлях до побудови актуального і неординарного позиціонування – означає, що необхідно продумати і зафіксувати в планах, як найбільш ефективно

досягти поставленої мети позиціонування. Реалізація цих планів і є власне управлінням брендом.

Третій елемент – наявність операційних і організаційних умов для успішного виходу на ринок. Наприклад, відсутність товару в магазинах може бути обумовлено погано організованою дистрибуцією, запізненням з сертифікацією і іншими причинами. Цей елемент стратегії бренду пов'язаний з ефективністю бізнес-системи компанії.

Четвертий елемент – концепція довгострокового бачення бренду – пов'язаний з ще одним формулюванням стратегії компанії «коли конкурувати». Необхідно запланувати, як буде розвиватися бренд на різних стадіях життєвого циклу товару, як він буде реагувати на зміни конкурентної ситуації на ринку і на зрушення в перевагах покупців.

Управління брендом – це систематична діяльність яка направлена на пошук найбільш ефективного, з огляду на використовувані ресурси, способу позиціонування бренду в свідомості потенційного покупця. Правильне позиціонування вимагає розуміння як конкурентних відмінностей між брендами, так і конкурентних схожих рис. Компанія, яка визнає і створює точки конкурентної схожості, здатна нейтралізувати існуючі переваги конкуруючих з нею брендів. Разом з тим, використовуючи відмінності, підприємство робить свій бренд унікальним, таким, що запам'ятовується, особливим [8]. У довгостроковій перспективі ефективне управління портфелем брендів вимагає більш ретельного вибору інвестицій. Воно також вимагає від бренд-менеджерів більш точного моделювання впливу коливань всередині портфеля на ключові економічні показники окремих брендів, включаючи частку ринку, цінову премію, масштаб виробництва та інші фінансові змінні.

Для досягнення довгострокового зростання прибутковості портфелів брендів важливими будуть наступні кроки:

- орієнтація портфелю брендів відповідно до основної структури бізнесу;
- визначення можливостей побудови піраміди брендів;
- концентрація зусиль на групі сильних брендів.

По-перше, рішення щодо брендингу необхідно впроваджувати в кожен аспект структури бізнесу підприємства, починаючи від вибору кінцевого споживача і закінчуючи внутрішньою організаційною структурою. Бренди повинні використовуватися для створення унікальної структури всього бізнесу підприємства і його захисту.

По-друге, піраміда брендів вимагає побудови захисної стратегії. Кращою відповіддю на конкурентні атаки служить ефективна стратегія захисту. На практиці це означає, що управляти пірамідою слід за принципом низько затратного бізнес-дизайну, що передбачає, наприклад, винесення виробництва в інші країни.

По-третє, розмір портфеля брендів підприємства і його склад є виключно важливим питанням. Додавання бренду в портфель може зіграти важливу роль при глибшому проникненні на існуючі регіональні ринки або розширенні в нових товарних категоріях. Але при слабкому економічному розвитку підприємства стикаються з необхідністю концентрації своїх інвестицій на невеликій групі сильних брендів, тобто на брендах, що володіють ціною перевагою, розвинутою дистрибуцією, світовим масштабом і іншими ключовими перевагами, а отже, і широкою можливістю для майбутнього зростання доходів.

Особливість побудови сильного бренду полягає в точному виборі засобів маркетингових комунікацій в потрібний момент для подолання конкретних бар'єрів в процесі прийняття рішення про покупку. Компанії з сильним маркетингом постійно експериментують з новими засобами комунікацій і збирають базу даних про те, наскільки ці засоби ефективні для певних категорій брендів. Наприклад, за останні роки все більший розвиток отримують такі форми маркетингових комунікацій, як пряма розсилка, промо акції та створення інноваційних інтернет-сайтів. Витрати на контакт з покупцем можуть бути основною зброєю для подолання бар'єрів в процесі прийняття рішення про покупку.

Ефективне управління брендовим портфелем також передбачає реалізацію попереджуючих стратегій для сукупності марок з метою збільшення їхнього капіталу.

Таке управління має враховувати довгострокові цілі підприємства і стратегічні завдання кожного з брендів чи їхньої групи. Вибір оптимальних стратегій управління базується на аналізі наслідків маркетингових рішень для розвитку торгової марки в майбутньому.

У світовій практиці використовується два альтернативних підходи до управління корпоративним портфелем брендів, а саме: західна і азійська.

Азійська модель бренд-менеджменту передбачає фокусування маркетингової діяльності на корпоративному бренді. Всі продукти і послуги,

які виробляються компанією мають єдині найменування, індивідуальність, основні переваги і цінності.

Міжнародні японські торгові марки є, як правило, назвами груп: Mitsubishi, Sony, Toshiba, Matsushita і ін. В Японії репутація компанії грає набагато більшу роль, ніж репутація продукту. До недавнього часу в провідних західних фірмах такого не спостерігалось, за винятком сфери «бізнес для бізнесу» (business-to-business) [9].

Надалі, з розвитком економіки і насичення товарних ринків, японські компанії стали додавати нові товари в єдиний портфель, формуючи систему суббрендів. Загальний для всіх товарних категорій корпоративний бренд мав зонтичний характер і був гарантом при виході на нові регіональні та товарні ринки. Для японських споживачів корпоративний бренд великих компаній володів набагато більшим асоціативним навантаженням, ніж індивідуальні бренди окремих дрібних фірм. У зв'язку з цим японські компанії набагато частіше використовуються корпоративний бренд, забезпечуючи при цьому довіру споживачів на всіх ринках. За даними японського рекламного агентства Dentsu, понад 82% рекламних роликів містять корпоративний бренд. Частка компаній розміщують корпоративний бренд у пресі становить 83,6% [7].

Відповідно до принципів азійської моделі управління брендами компанія Toyota розподіляє свої рекламні бюджети на користь підтримки корпоративного бренду на світовому ринку, не акцентуючи увагу на моделях автомобіля. Аналогічним чином просувається корпоративний бренд Sony, Honda і багато інших брендів.

В даний час азійська модель бренд-менеджменту набуває все більшої популярності серед виробників. Перевага корпоративного брендингу наочно ілюструється прикладами багатьох японських і інших компаній, які досить швидко створили глобальну структуру бізнесу в результаті фокусування діяльності на єдності компанії і загальних корпоративних цінностях.

Азійська модель бренд-менеджменту має багато переваг у порівнянні з іншими підходами до управління портфелем брендів. Сильний корпоративний бренд формує репутацію (гудвіл) компанії, забезпечуючи при цьому значну конкурентну перевагу, інвестиційну привабливість. З економічної точки зору азійська модель бренд-менеджменту привертає увагу тим, що процес розробки та впровадження нових продуктів під одним найменуванням вимагає набагато менших витрат і здійснюється швидше, ніж просування індивідуальних брендів. Переваги такої моделі очевидні, проте недотримання принципів управління корпоративним брендом веде безсумнівно до падіння.

Використання азійської моделі бренд-менеджменту пов'язана з певними моментами, перш за все наявність диверсифікованих структур управління унеможливорює просування єдиного корпоративного бренду в декількох товарних категоріях. Розвиток диверсифікованого виробництва ускладнює поширення корпоративної індивідуальності на всі суббренди компанії. Азійська модель бренд-менеджменту ефективна для одно-

галузових, не диверсифікованих компаній.

Західна (європейська) модель бренд-менеджменту ґрунтується на концепції диференціації продукту, відповідно до якої товар володіє раціональними і емоційними відмінними особливостями.

Прикладами західного підходу до бренд-менеджменту є практика таких фірм, як Procter & Gamble, General Motors, Unilever, Wimm-Bill-Dann, «Юнімілк», які активно розвивають окремі товарні категорії під самостійними брендами. Компанія WBD просуває індивідуальні бренди на різних ринках: на молочному ринку, ринку дитячого харчування, ринку соків і мінеральної води, представляючи бренди при цьому в різних цінових сегментах.

Складнощі управління брендами з точки зору західної моделі пов'язані в першу чергу з надмірно розгалуженою структурою брендового портфеля, що часто ускладнює для споживача розуміння суті кожного з суббрендів і негативно відображається на їх індивідуальності, нерідко провокуючи внутрішню конкуренцію (канібалізм брендів) [10].

Управління портфелем брендів в рамках західної моделі бренд-менеджменту вимагає великих витрат на просування продукції. Саме компанії, що використовують цю модель бренд-менеджменту, традиційно очолюють рейтинги найбільших рекламодавців на світовому ринку.

Європейський підхід приділяє особливу увагу психологічним характеристикам бренду, диференціації, в той час як азіатський передбачає інвестиції у корпоративний бренд, і у набагато меншій мірі на рівні продукту [9].

Звичайно, в практиці використовуються і змішані форми управління брендами – об'єктивні складнощі, пов'язані з використанням як західного, так і азіатського підходів до управління брендами, змушують фірми адаптувати традиційні механізми бренд – менеджменту до специфіки своїх брендів. В результаті останнім часом все більшої популярності набуває змішані форми управління брендами, що поєднують окремі елементи обох моделей [7].

Для формування вітчизняними виробниками власних брендів необхідні великі зусилля і засоби, щоб зайняти окреме місце серед закордонних конкурентів, що давно почали захоплення ринків України. Використання західних технологій брендингу і пропонованої методології передбачає проведення постійних маркетингових досліджень купівельних переваг, мотивів здійснення покупок. Саме специфіка купівельної поведінки українців визначає особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку. Освоюючи

цю концепцію, необхідно враховувати наступні фактори:

1) Загальний рівень розпізнання брендів в українських споживачів не великий, але він постійно зростає, тому Україна – країна, де можна досить швидко створити і просунути новий бренд.

2) Унаслідок стрімкого насичення вітчизняного ринку споживачі не встигають формувати лояльність до визначеної товарної марки в зв'язку з постійною появою нових товарів, раніше невідомих.

3) У споживачів спостерігається зростання недовіри до якості закордонних товарів, особливо продовольчих, і однозначна перевага вітчизняних марок продуктів харчування (за деякими одиничними винятками).

4) Бренд в Україні значно більшою мірою, ніж на Заході, сприймається як символ «автентичності товару» (відсутність підозр у незаконній підробці марки).

5) Для створення бренду в Україні необхідна широка рекламна кампанія в засобах масової інформації й активне використання зовнішньої реклами, хоча надалі можливості впливу реклами (у першу чергу телевізійної) будуть зменшуватися внаслідок росту недовіри до неї споживачів.

6) У свідомості вітчизняного споживача поняття «бренд» охоплює три фактори: країна-виробник, привабливість упакування і власне товарна марка, тому назва марки повинна доповнюватися відомостями про країну-виробника.

7) Необхідно враховувати національні традиції й особливості сприйняття рекламних звернень українськими споживачами і формувати їх таким чином, щоб вони стали більш приємними, ніж рекламні повідомлення закордонних конкурентів, розраховані на сприйняття населення, що звикло до специфічної мови реклами, зокрема, для українських споживачів важлива «персоніфікованість» бренду, тобто, використання відомих особистостей для його просування.

Висновки з проведеного дослідження. Понятійний апарат дослідження, який базується на системно-логічному визначенні сутності поняття «портфель брендів» дозволив сформувати якісний науково-обґрунтований інструментарій, який дозволяє обрати ресурсне забезпечення процесу формування портфеля брендів. Під «портфелем брендів підприємства» слід розуміти поєднання брендів або суббрендів в портфелі підприємства, які структуровані за певною ознакою, орієнтовані на різні цільові групи і цінові сегменти та здатні адаптуватися до ринкової ситуації з метою забезпечення конкурентної стійкості на ринку, привернення уваги та формування позитивного іміджу.

Література:

1. Зозульов О. Моделі брендингу: класифікація та стисла характеристика / О. Зозульов, І. Нестерова // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 5(39). – С. 44 – 49.
2. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда / Ж.-Н. Капферер. – М. : Вершина, 2007. – 448 с.
3. Котлер Ф. Персональний брендинг: технологии достижения личной популярности / Ф. Котлер. – М. : Издательский дом «Гребенников», 2008. – 397 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
5. Система управління бренду [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://stud.com.ua/63290/marketing/sistema_upravlinnya_brendu

6. Третьяк В. Формування архітектури бренду [Електронний ресурс] / В. Третьяк. – Режим доступу: www.marketing.com.ru
7. Управление портфелем брендов [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://gbs.com.ua/ru/service/branding/strategy-of-brand-portfolio/>
8. Управление портфелем брендов [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/35_PWMN_2008/Economics
9. Фактори успішності на ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/175-1.pdf>
10. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_4_280_288_0.pdf
11. Формування портфеля брендів сучасного підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09-1/70.pdf

Вдовичена Ольга Геннадиевна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры товароведения, маркетинга и коммерческой логистики
Черновицкого торгово-экономического института
Киевского национального торгово-экономического университета
Дзундза Татьяна Игоревна
студентка
Черновицкого торгово-экономического института
Киевского национального торгово-экономического университета

УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ БРЕНДА В СОВРЕМЕННЫХ РИНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

В статье значительное внимание уделяется вопросам эффективного формирования портфеля брендов, что позволит сохранить свои позиции в конкурентной борьбе в перспективе. В результате исследования сформированы факторы, которые необходимо учитывать при концепции брендинга на отечественном рынке.

Ключевые слова: бренд, брендинг, портфель брендов, модели бренд-менеджмента, «персонификация» бренда.

Vdovichena Olga Genadiievna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor, Department of Commodity Studies,
Marketing and commercial Logistics
Chernivtsi Trade and Economic Institute
of Kyiv National University of Trade and Economics
Dzundza Tetiana Igorivna
student-master
Chernivtsi Trade and Economic Institute
of Kyiv National University of Trade and Economics

BRAND PORTFOLIO MANAGEMENT IN MODERN MARKETING CONDITIONS

Summary

In the article considerable attention is paid to the issues of effective formation of a portfolio of brands, which will keep their positions in the competitive struggle in perspective. As a result of the research, factors that need to be taken into account in the branding concept in the domestic market are formed.

Key words: brand, branding, brand portfolio, brand management model, brand “personality”.

УДК 330.131.5:005.591.3(477-25)

Гетьман Катерина Володимирівнастудентка Навчально-наукового інституту економіки і управління
Національного університету харчових технологій

ПРОЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-РЕАГУЮЧОЇ ПОВЕДІНКИ КОРПОРАЦІЇ «ОБОЛОНЬ»

У статті висвітлено теоретичні положення соціального реагування організацій на основі аналізу наукових публікацій. Розкрито поняття соціального реагування як складової концепції сталого розвитку підприємства. Досліджено проекти сталого розвитку корпорації «Оболонь».

Ключові слова: проект сталого розвитку, соціальне реагування, концепція сталого розвитку.

Постановка проблеми. За останній час концепція сталого розвитку стала невід'ємною частиною стратегії розвитку великої кількості компаній по всьому світу. Проте, в Україні її впровадження досі не набуло масового характеру через низку об'єктивних причин, зокрема складну економічну ситуацію, відсутність ресурсів для інвестування та сконцентрованість підприємств на тактичних задачах збереження поточних фінансових результатів.

Окрім загальновідомих проблем існує також проблема сприйняття та реагування на проекти сталого розвитку реалізовані компаніями, продукція котрих не може бути віднесена до соціальновідповідальної та повністю безпечної для споживачів. З огляду на це, доцільно дослідити проекти корпорації з виробництва пива в напрямку сталого розвитку та дослідити її позиціонування в межах зазначеної концепції.

Постановка завдання. Розвиток бізнесу на засадах концепції сталого розвитку досліджується у працях багатьох учених, однак існує потреба у більш детальному дослідженні особливостей реалізації проектів сталого розвитку на рівні окремих підприємств. При цьому велике значення має дослідження досвіду найбільш успішних учасників ринку пивної промисловості, які цілеспрямовано впроваджують стратегію сталого розвитку.

Так, головним завданням статті є дослідження особливостей та актуальних напрямків реалізації проектів сталого розвитку підприємствами з виробництва алкогольних напоїв, а саме пива, в сучасних економічних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Питання реалізації компаніями проектів сталого розвитку набуває актуальності з огляду на події останніх років, а саме: банкрутство великих корпорацій, угоди щодо партнерства та злиття, які не були підписані з огляду взаємний низький рівень довіри до потенційного партнера, відмова значної кількості споживачів купувати продукцію соціально-безвідповідальних компаній та бойкот таких компаній на світовому рівні.

Проте, в умовах несприятливих змін зовнішнього середовища базовою стратегією більшості виробників харчової продукції та напоїв є виживання (збереження виробництва). З цієї причини впровадження стратегії сталого розвитку харчових підприємств відбувається за ініціативою ве-

ликих підприємств, лідерів ринку окремих продуктів харчування.

Корпорація «Оболонь», яка є одним із лідерів ринку пива та безалкогольних напоїв [5], починаючи із 2007 року впроваджує стратегію сталого розвитку та публікує річні соціальні звіти відповідно до вимог міжнародного стандарту зі звітності у сфері сталого розвитку GRI (Global Reporting Initiative) за вимогами «Основного» варіанту останньої версії G4 і десяти принципів Глобального Договору ООН (UN Global Compact). На відміну від багатьох інших компаній, корпорація «Оболонь» у планах сталого розвитку приділяє увагу не лише екологічному аспекту та заходам економічного та виробничого характеру, але і соціальному аспекту.

Однак, в становленні корпорації «Оболонь», як соціально-відповідальної, є певна проблема сприйняття, на яку впливає специфіка галузевої належності компанії.

У зв'язку з цим цікавий аналіз структурування концепції сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності, при якому, пропонуються три основних компоненти напрямки її розвитку: соціальне зобов'язання (social obligation), власне соціальна відповідальність (social responsibility) і соціальне реагування (social responsiveness) [1].

Відповідно даної теорії, поняття соціальної відповідальності та сталого розвитку характеризується певними морально-етичними акцентами, а саме: організація повинна робити те, що направлено на вдосконалення суспільства, і не робити того, що здатне привести до його погіршення. Тому діяльність компанії, яка виготовляє продукцію, що по суті завдає шкоди здоров'ю будь-якої людини (виробництво зброї, алкоголю, тютюнових виробів тощо), ніколи не буде вважатися соціально відповідальною, незважаючи на значні обсяги соціальних інвестицій в розвиток персоналу, пропаганду здорового способу життя і лікування. Ці компанії можуть бути віднесені тільки до соціально-реагуючих.

Таким чином, зважаючи на те, що основним видом діяльності ПрАТ «Оболонь» виступає виробництво пива, компанія не може бути віднесена до соціально-відповідальних, а класифікується, як соціально-реагуюча.

Соціальне реагування – здатність фірми реагувати на соціальні норми та очікування. Осно-

вний акцент робиться на добровільній участі підприємства у розв'язанні екологічних проблем, вирішенні соціальних проблем, що прямо не пов'язані з діяльністю даного підприємства. В той час, як на рівні соціальної відповідальності та сталого розвитку основний акцент у діяльності підприємства робиться на попередженні, профілактиці та запобіганні можливим негативним наслідкам, активному пошуку шляхів вирішення соціальних проблем [1].

Не дивлячись на проблему сприйняття, корпорація «Оболонь» виступає гідним прикладом соціальноореагуючої української компанії, яка функціонує на засадах соціальної відповідальності та націлена на забезпечення сталого розвитку. Це єдина компанія із галузі FMCG, яка за підсумками рейтингу «Індекс КСВ прозорості» посіла місце у п'ятірці лідерів найбільш прозорих та відкритих компаній України. Дослідження проводилося Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» на основі міжнародної методики організації BeyondBusiness (Ізраїль) у рамках проекту «Об'єднуємося заради реформ» (UNITER).

Висока позиція корпорації «Оболонь» у рейтингу говорить як про відкритість та прозорість компанії, її готовність у доступній та зрозумілій формі доносити інформацію про свій бізнес, так і про активну соціальну позицію в українському суспільстві. Усвідомлюючи ступінь свого впливу на середовище, в якому функціонує компанія, і приймаючи на себе в повному обсязі відповідальність перед суспільством, працівниками та акціонерами, ПрАТ «Оболонь» впроваджує і використовує соціально відповідальні підходи і технології у своїй повсякденній роботі.

«Сталий розвиток корпорації «Оболонь» – це філософія довгострокового росту компанії, що гармонійно поєднує успішний бізнес з базовими загальнолюдськими цінностями і соціальними пріоритетами. У своїй щоденній роботі ми прагнемо досягти кращих результатів, усвідомлюючи при цьому високу відповідальність за людей, вплив на довкілля, підтримку суспільства і підвищення конкурентоспроможності національної економіки» – президент ПрАТ «Оболонь» Олександр Слободян [5].

Соціальна місія корпорації «Оболонь» – створювати корисні і безпечні напої з турботою про людей і відповідальністю за довкілля. Соціальна мета корпорації – баланс економічних, соціальних та екологічних вигод через інтеграцію сталого розвитку в інтереси корпорації. Сформульовано і філософію сталого розвитку – «Добрі справи на довгі роки» [3].

Стратегічне бачення сталого розвитку корпорації «Оболонь» [5]:

- інноваційний розвиток вітчизняної пивобезалкогольної галузі;
- формування відповідальної практики управління і розвитку персоналу;
- підвищення охорони праці і виробничої безпеки;
- екологізація і підвищення енергоефективності діяльності;
- справедливий розподіл створеної економічної вартості;

– інвестування у розвиток регіональної економіки;

– глибока інтеграція соціальної відповідальності у всі бізнес-процеси компанії.

Перспективою для розвитку корпорація «Оболонь» вбачає ефективне зростання, здатне забезпечити комерційний результат, соціальний прогрес і екологічну сталість. Такий підхід є довгостроковим зобов'язанням корпорації «Оболонь» у вдосконаленні шляхів підтримки усіх зацікавлених сторін компанії – споживачів, працівників, місцевих громад, партнерів, держави та ін.

Не зважаючи на негативну динаміку фінансово-економічних показників (у період 2014–2016 рр. компанія зазнала збитків), корпорація «Оболонь» цілеспрямовано впроваджує розроблений план сталого розвитку.

Про небайдужість корпорації до важливих соціальних питань свідчить багаторічна співпраця «Оболонь» з численними неурядовими організаціями, підтримка місцевих громад програми для співробітників, а також постійні інвестиції у розвиток культури і спорту.

Проекти сталого розвитку корпорації «Оболонь» можна умовно поділити на такі блоки:

- трудові відносини;
- якість і безпека продукції;
- екологія та енергоефективність;
- суспільство.

Блок «трудові відносини» включає такий перелік суттєвих аспектів: розвиток персоналу, безпечні умови праці та гендерна рівність.

Зважаючи на те, що співробітники – один із головних стратегічних ресурсів корпорації «Оболонь», що забезпечує її конкурентоздатність та сприяє успіху компанії на шляху досягнення поставлених цілей, політика трудових відносин ПрАТ «Оболонь» спрямована на підвищення професійного рівня працівників; поліпшення умов їх роботи; безпеки виробничих процесів та забезпечення соціального захисту усіх працюючих.

У рамках покращення умов праці [5], розширення можливостей і забезпечення гендерної рівності серед працюючих, у 2012 році «Оболонь» однією з перших вітчизняних компаній розробила власний гендерний план.

Уже більше п'яти років документ успішно функціонує на усіх підприємствах корпорації і забезпечує рівні можливості в оплаті праці, кар'єрному просуванні, праві на відпочинок та інші права для працюючих чоловіків і жінок компанії. Одночасно із прийняттям гендерного плану у корпорації також була введена посада уповноваженого з гендерних питань. З моменту прийняття плану рівності і до сьогодні «Оболонь» регулярно проводить моніторинг умов праці на своїх підприємствах, реалізує зустрічі і семінари на рівні керівників і співробітників з питань гендерної рівності.

У 2013 році на підприємствах корпорації «Оболонь» було організоване навчання спеціалістів з охорони праці за курсом «Основи менеджменту охорони професійного здоров'я та безпеки праці» у відповідності до впровадженої системи управління безпекою і гігієною праці OHSAS 18001:2007 [5].

У 2013-2014 роках для фахівців служби маркетингу та відділу експорту на головному підприємстві спільно з міжнародною школою іноземних мов "Denis' School" було організовано курси з підвищення рівня знань іноземних мов. Понад 60 спеціалістів пройшли навчальний курс з англійської мови і отримали сертифікати відповідності.

Крім того, у 2013 році столична «Оболонь» спільно з організацією «Ліга соціальних працівників» приєдналася до проекту ЄС «Знову до роботи» [3]. Програма націлена на покращення трудових практик працівників із сімейними обов'язками – тих, хто повертається до роботи з відпусток по догляду за дитиною.

Другий блок соціальної діяльності корпорації «Оболонь», спрямований на забезпечення якості та безпеки продукції. «Оболонь» першою у харчовій галузі отримала сертифікат системи управління якістю ISO 9000 у 1998 році. Сьогодні компанія декларує безпеку і відповідність своєї продукції до міжнародних стандартів.

«Оболонь» – одна із небагатьох компаній в Україні, яка зуміла об'єднати в єдину систему менеджменту чотири стандарти. Сьогодні інтегрована система управління тільки підтверджує сталу відповідальність компанії за власну продукцію, споживачів, працюючих і довкілля.

В рамках підтримки та забезпечення якості, в червні 2015 року напої з безалкогольного портфелю ПрАТ «Оболонь» отримали сертифікат відповідності вимогам Халяль. Нормам ісламських канонів відповідають такі безалкогольні напої, як ТМ «Живчик», «Оболонь Ситро», «Оболонь Лимонад», «Кола Нова», «Кола Нова зі смаком лимона», «Оболонь зі смаком лайма», «Ріо-де-мохіто», вода торгових марок «Прозора», «Оболонська», «Аквабаланс» та квас.

Основні стратегії еко-відповідальності корпорації «Оболонь» включають наступний перелік напрямків діяльності:

- поетапне зниження викидів в атмосферу;
- раціональне використання водних ресурсів;
- максимально можлива переробка виробничих відходів[5].

Окрім того, з 2010 року «Оболонь» долучається до глобальної еко-ініціативи «Година Землі» Всесвітнього фонду дикої природи (WWF) [3]. П'ять років поспіль компанія демонструє небайдужість до проблем довкілля. У 2014 році компанія зекономила близько 300 кВт (1080 МДж) електроенергії у рамках ініціативи.

Четвертий блок зосереджує увагу діяльності «Оболонь» на участі у соціально-значущих та культурно-освітніх програмах.

Щороку корпорація формує соціальний бюджет і виділяє частину власної продукції для реалізації соціально-значущих проектів [3]. Зокрема, у 2014 році «Оболонь» передала понад 445 тис. літрів продукції на потреби громад та організацій по всій території України. Загальний фонд інвестицій у спонсорство та благодійність у 2014 році, склав понад 2,5 млн грн., та 500 тис. грн. виділено на інвестиції компанії у розвиток освітніх проектів, спрямованих на:

- допомогу соціально незахищеним прошаркам населення;

- сприяння відродженню духовності та історичної спадщини;
- культурно-освітні проекти;
- розвиток спорту.

Представляючи соціальний звіт, президент корпорації «Оболонь» Олександр Слободян підкреслив: «Нестабільність макросередовища, розпал військовою конфлікту і втрата окремих територій позначились як на основній роботі корпорації так і в підходах до нашої відповідальності. Зважаючи на події в країні, ми змістили соціальні акценти в роботі компанії» [5].

Прикладом реакції корпорації «Оболонь» на нестабільну соціальну ситуацію в країні, стала робота для потреб українських військових в зоні АТО: майстри ремонтно-механічного цеху зібрали броньоване авто, яке в даний час функціонує на окупованих територіях.

Загалом, варто відмітити такі результати в соціальній діяльності корпорації «Оболонь» в період 2013-2015 рр.:

- 95,2% відходів переробляються власними силами компанії та використовуються повторно та на 27% зменшилося споживання природного газу;
 - встановлені 2 твердопаливні котли та 197 LED-ламп на регіональних підприємствах;
 - на 19% зменшилися викиди CO₂ в атмосферу;
 - 10 млн грн. інвестиції у власне виробництво;
 - 3,63 млн грн. інвестиції в охорону праці;
 - 2,5 млн грн. інвестиції у спонсорство і благодійність;
 - 3,3 млн грн. інвестиції в розвиток місцевих громад;
 - 3,2 млн грн. допомога військовослужбовцям;
 - 445 тис. літрів напоїв на спонсорство і благодійність;
 - 314 студентів пройшли навчально-виробничу практику та 124 812 осіб відвідали пивоварню «Оболонь»;
 - 39,7 тис. дзвінків надійшло на гарячу лінію.
- Крім того, нефінансові звіти корпорації «Оболонь» демонструють ринку зацікавленість бізнесу проблемами навколишнього середовища, екологічного і соціального розвитку території.

Висновки з проведеного дослідження. Узагальнюючи вищезазначене, можна зробити висновки, що взаємодіючи з компаніями різними за формами власності та бізнес-цілями, корпорація «Оболонь» незмінно слідує принципам відповідального і прозорого ведення справ. Протягом більше ніж 35 років «Оболонь» випускає інноваційні напої високої якості, забезпечує роботою тисячі українців, сумлінно сплачує податки, підтримує людей у віддалених регіонах країни і розвиває національну культуру та спорт. Крім того, сталий розвиток був і залишається невід'ємною складовою стратегії корпорації «Оболонь». Як найбільший український виробник напоїв, «Оболонь» розглядає сталий розвиток не лише як ключовий фактор розвитку своєї діяльності, а і як важливий обов'язок відповідальності перед співробітниками, громадою і довкіллям.

Благодійні справи, благодійний маркетинг, корпоративний соціальний маркетинг, корпоративна філантропія, робота волонтерів на користь суспільства та соціально-етичні підходи до ве-

дення бізнесу – це лише декілька прикладів того, як корпорація, основним видом діяльності якої є виробництво пива, взаємодіє із зацікавленими сторонами та реалізує проекти сталого розвитку. Тому, на нашу думку, компанія не повинна по-

зиціонуватися по іншому тільки з огляду на те, що являється основним видом її діяльності, адже добрі справи і відповідальне ведення бізнесу – це добрі справи та відповідальне ведення бізнесу і ніщо інше.

Література:

1. Беляева, И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндарова – М: КНОРУС, 2008. – 124 с.
2. Вісник корпоративного управління: зб. наук. пр. / редкол.: А.А. По-котілов (голов. ред.) [та ін.]. – Казахстан: КАН-НУ, 2010. – Вип. 12 – 84 с.
3. Головний сайт корпорації «Оболонь» : [Електрон. ресурс] : Режим доступу: // <http://obolon.ua/ukr/>
4. Діденко О. М. Корпоративна соціальна відповідальність як невід'ємна складова функціонування сучасного банку / О.М. Діденко // Регіональна економіка. : зб. наук. пр. : [Електрон. ресурс]: Режим доступу: // <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13697/1/3.pdf>
5. Звіт про сталий розвиток корпорації «Оболонь» 2014 рік : [Електрон. ресурс] : Режим доступу: // http://report.obolon.ua/img/Obolon_AnnualReport-2014_ua.pdf

Гетьман Екатерина Владимировна

студентка Учебно-научного института экономики и управления
Национального университета пищевых технологий

ПРОЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОРЕАГИРУЮЩЕГО ПОВЕДЕНИЯ КОРПОРАЦИИ «ОБОЛОНЬ»

Аннотация

В статье освещены теоретические положения социального реагирования организаций на основе анализа научных публикаций. Раскрыто понятие социального реагирования как составляющей концепции устойчивого развития предприятия. Исследованы проекты устойчивого развития корпорации «Оболонь».

Ключевые слова: проект устойчивого развития, социальное реагирование, концепция устойчивого развития.

Hetman Kateryna Volodymyrivna

student Educational and Research Institute of Economics and Management
National University of Food Technologies

SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROJECTS AS A DISPLAY OF THE SOCIALLY REACTIVE BEHAVIOR OF THE “OBOLON” CORPORATION

Summary

The theoretical principles of social response of organizations have been highlighted in the article by analyzing scientific publications. Described the concept of social reaction as a component of the concept of sustainable development of the enterprise. Identified the projects of sustainable development of “Obolon” corporation.

Key words: sustainable development project, social response, sustainable development concept.

УДК 368.1

Пономарьова Оксана Борисівна
старший викладач кафедри фінансів суб'єктів
господарювання та страхування
Університету митної справи та фінансів
Гребенюк Олександр Сергійович
студент фінансового факультету
Університету митної справи та фінансів
Сидорчук Роман Олександрович
студент фінансового факультету
Університету митної справи та фінансів

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ, СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена питанню медичного страхування в Україні, сучасному стану медичного страхування та перспективам його розвитку. Проаналізовано сучасний стан ринку медичного страхування України та чинники які впливають на медичного страхування, а також проблеми розвитку ринку медичного страхування в Україні. Наведено основні проблеми цього виду страхування та пошук шляхів його вдосконалення.

Ключові слова: страховий ринок, страхова компанія, медичне страхування, добровільне медичне страхування.

Постановка проблеми. Однією з найважливіших складових ефективного функціонування системи охорони здоров'я та формою захисту від ризику, який загрожує здоров'ю і життю людини є медичне страхування. На сьогодні, такий вид страхування виступає реальною альтернативою бюджетному фінансуванню, яке вже неспроможне забезпечити конституційне право громадян на отримання безоплатного медичного обслуговування.

На даний момент, в Україні діє недосконала система медичного забезпечення, яка, крім того, перебуває ще й в кризовому стані. Недосконалість даної системи виявляється у недостатньому фінансуванні, що призводить до низького рівня медичної допомоги населенню. Даному процесу передують нерівномірний розподіл ресурсів та низька частка витрат на охорону здоров'я по відношенню до ВВП. Таким чином, саме медичне державне страхування може стати основним джерелом відшкодування витрат системі медичного забезпечення.

Розвиток медичного страхування є необхідністю в умовах нестабільної ситуації в країні для покращення життя суспільства в майбутньому. В наш час, в Україні діє недосконала система медичного забезпечення, яка, крім того, перебуває в кризовому становищі. Недосконалість цієї системи виявляється у недостатньому фінансуванні, що призводить до низького рівня медичної допомоги населенню. Цьому процесу передують нерівномірний розподіл ресурсів та низька частка витрат на охорону здоров'я по відношенню до ВВП. Тому, саме медичне державне страхування може стати основним джерелом відшкодування витрат системі медичного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню основних проблем теорії та практики медичного страхування присвячено чимало праць таких українських учених, як: А.Р. Окунський, О.П. Сонгаль, О.І. Білик, А.А. Болдова, Н.Б. Відник та багато інших. Саме ці науковці та фахівці однозначно підтримують думку про гостру необхідність

негайного впровадження загальнообов'язкового медичного страхування в Україні, яке вирішить низку проблем в цій галузі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених проблемі медичного страхування, залишається низка невирішених питань про сучасний стан охорони здоров'я та фінансування цієї галузі, що вимагає додаткових досліджень.

Зокрема, що стосується системи фінансування охорони здоров'я в Україні, то слід відмітити, що бюджетне фінансування не задовольняє існуючі потреби населення, а введення обов'язкового медичного страхування за рахунок держави також не є ефективним. Це робить медичне страхування непривабливою та неперспективною галуззю економіки країни.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в аналізі розвитку медичного страхування в Україні задля виявлення основних проблем цього виду страхування та пошук шляхів його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний стан охорони здоров'я України є вкрай незадовільний. Його фінансування потребує значного поліпшення, оскільки здійснюється, як правило, за залишковим методом, що не створює передумов для здійснення якісної медичної допомоги у необхідних обсягах, особливо, для соціально незахищених верст населення.

Частка фінансового забезпечення медичної галузі в Україні становить 3% ВВП. У той час відомо, що за показника, меншого як 5% ВВП, медична галузь фактично неідеальна. Невелика частина витрат на охорону здоров'я покривається через добровільне медичне страхування (ДМС), а інша – за рахунок неофіційних платежів населення [2, с. 24].

Добровільне медичне страхування (ДМС) є одним із сегментів вітчизняного страхового ринку, який досить активно розвивається в Україні.

Протягом 2010–2016 рр. спостерігається його позитивна динаміка за показником чистих страхових премій (рис. 1).

За даними рисунка 1, можна спостерігати позитивну динаміку обсягу чистих страхових премій. Так, за період з 2010–2016 рр. обсяг чистих премій виріс на 1 470,8 млн. грн., і в 2016 року становив 2 280,2 млн. грн.

Відповідними показниками за цей період характеризується динаміка чистих страхових виплат на ринку добровільного медичного страхування (рис. 2).

Згідно даних рисунка 2, середньорічні темпи приросту чистих страхових виплат на ринку ДМС України становлять 0.17 %. Головною причиною цього є те, що за даний період підвищився рівень виплат за договорами ДМС, одним з чинників якого є щорічне зростання кількості врегульованих страхових випадків.

Наведені дані свідчать, що медичне страхування належить до класичних видів страхування з яскраво вираженою соціальною спрямованістю.

Це підтверджується й аналізом рівня виплат, який демонструється за підсумками 2016 р.

В Україні передбачено лише добровільну форму медичного страхування. Слід зазначити, що страховий ринок перебуває на стадії формування та на ньому функціонує станом на 30.06.2017 р. 374 страхові компанії, які декларують свій інтерес до ДМС й понад 100 страхових компаній пропонують оформити поліс ДМС в Україні, проте насправді зацікавлені у цьому виді страхування й роблять ставку на нього лише близько 10 компаній, які, власне, й тримають цей ринок (табл. 1) [5].

Вітчизняні страховики стверджують, що за останні роки структура попиту на добровільне медичне страхування зазнала великих змін. По-перше, диференціюється структура покупців. Цей вид страхування стає все досконалішим не тільки для іноземців, а й для вітчизняних підприємств, що турбуються про соціальний захист своїх працівників. По-друге, поліси ДМС активно продаються не тільки у Києві, а й в інших регіо-

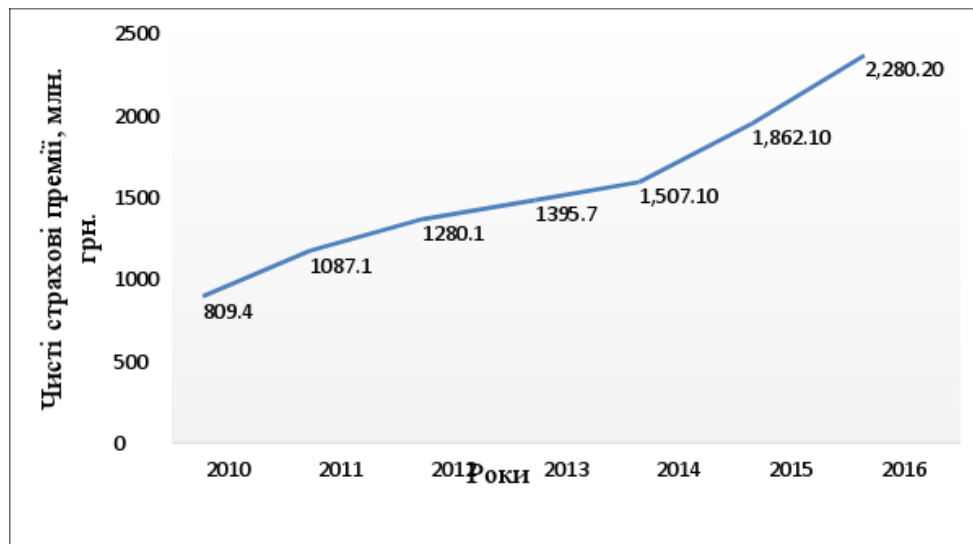


Рис. 1. Динаміка чистих страхових премій на ринку ДМС України за 2010–2016 рр.
Джерело: складено авторами на основі [17]

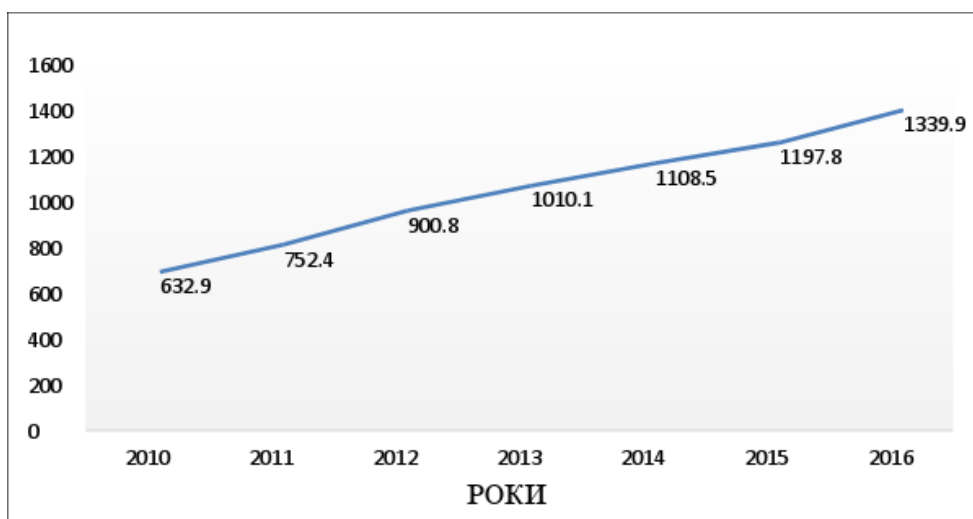


Рис. 2. Динаміка чистих страхових виплат на ринку ДМС України за 2010–2016 рр.

Таблиця 1

Топ – 10 вітчизняних страхових компаній, що надають послуги медичного страхування (станом на 01.10.2017 р.)

№	Страхова компанія	Премії, тис.грн.	Виплати, тис.грн.	Рівень виплат, тис.грн.
1	ПРОВІДНА	195 295,5	107 752,0	55,17
2	НАФТОГАЗ-СТРАХ	150 975,0	104 904,9	69,48
3	УНІКА	122 822,2	88 108,7	71,74
4	АХА СТРАХУВАННЯ	93 102,0	47 834,0	51,38
5	ІНГО Україна	85 027,9	50 709,9	59,64
6	PZU Україна	70 191,3	33 547,0	47,79
7	УКР.СТРАХОВА ГРУПА	55 636,0	35 300,7	63,45
8	ІНТЕР ПОЛІС	54 241,9	37 582,8	69,29
9	ІЛЬЧІВСЬКА	53 815,7	28 195,6	52,39
10	АЛЬФА-СТАРХУВАННЯ	43 993,0	36 812,7	83,68

Таблиця 2

Порівняльна характеристика програм ДМС лідерів вітчизняного ринку медичного страхування

Критерії порівняння	Страхова компанія (назва програми з ДМС)			
	ПРОВІДНА	НАФТОГАЗ-СТРАХ	УНІКА	ІНГО Україна
Види послуг, що надаються:				
швидка та/або невідкладна допомоги	+	+	+	+
екстрена стаціонарна допомога	+	+	+	+
медикаментозна допомога	-	-	-	-
амбулаторно-поліклінічне лікування	+	-	+	-
Категорія застрахованих осіб	3–50 років	17–60 років	9–65 років	17–60 років
Строк дії договору, роки	1	1	1	1
Розмір страхової суми, грн	15–70 тис. грн	75 000	75 000	75 000
Вартість полісу, грн	2 500–4 500	н/д	7 500	н/д

нах України. Усе більше страховиків долучаються до цього виду страхових послуг [5, с. 90].

Відповідно до таблиці 1, станом на 01.10.2017 рік перше місце серед вітчизняних страхових компаній, що спеціалізуються на наданні послуг медичного страхування, займає страхова компанія «ПРОВІДНА», загальна сума виплат якої становить 107 752 тис. грн., на другому місці опинилася компанія «НАФТОГАЗ-СТРАХ» – 104 904,9 тис. грн.

Усі страхові компанії пропонують практично одні й ті самі програми медичного страхування зі схожим набором послуг, при- кріплення до одних і тих самих клінік із приблизно однаковим сервісом з організації медичної допомоги (табл. 2) [9–12]. За таких умов страховальники закономірно обирають демпінгові ціни на послуги з медичного страхування, оскільки незрозуміло, чим обумовлена різниця в ціновій політиці страховиків.

Відповідно до даних таблиці 2, програми СК «Нафтагазстрах», СК «Провідна», СК «Уніка» та СК «ІНГО Україна» схожі за пакетами. При цьому вартість поліса та розмір страхової суми у СК «Уніка» є найвищими серед запропонованих. СК «ІНГО Україна» за програмою «Невідкладна допомога» пропонує надання швидкої, невідкладної та екстреної стаціонарної допомоги у клініках державного та відомчого підпорядкування строком на 1 рік (як і інші СК) та страховою сумою в розмірі 75 000 грн. Пропозиція щодо медичної страховки СК «ПРОВІДНА», спрямована на сімейні послуги, але передбачає суттєву різницю між мінімальною та максимальною страховими сумами.

За доволі схожих програм, які представлені компаніями на ринку добровільного медичного страхування, головним аргументом, здатним залучити страховальників, має стати якість їх обслуговування.

Слід зазначити, що до основних проблем існуючої системи охорони здоров'я в Україні можна зарахувати: недостатнє фінансування системи охорони здоров'я України, низька якість медичних послуг та медичної допомоги, низька якість та високі ціни на фармацевтичну продукцію [2, с. 265].

Також, до одних з головних проблем можна віднести неефективність структури медичного обслуговування. Так, як кількість стаціонарних закладів в Україні є надлишковою. Чисельність стаціонарів більше ніж у 2 рази перевищує аналогічний показник у країнах Європи, а це призводить до розпорошення ресурсів та низької якості медичного забезпечення.

На нашу думку, дана проблема потребує досконалого рішення з урахування потреб кожного з регіонів держави. Потрібно збільшити кількість закладів первинної допомоги, а не лікувально-стаціонарних.

Дуже проблемним для України є й низька якість медичних послуг та медичної допомоги. За даними експертних оцінок, рівень якості медичної допомоги є дуже низький. Населення незадоволене якістю наданих їм послуг, щодня 30% діагнозів ставиться неправильно, у деяких випадках неправильне лікування призводить до летальних наслідків. У державних медичних закладах техніка застаріла на 60–70%, обладнання використовується 20–25 років, що у 2–3 рази перевищує

можливий термін його використання. Найбільше це стосується рентгенівської, наркозо-дихальної техніки, лабораторного та дезінфікаційного обладнання [2, с. 266].

Також, слід зазначити, що соціально – політична криза в Україні призвела до кризи в системі охорони здоров'я та погіршення якості медичного обслуговування населення. Для прикладу, у складеному Всесвітньою організацією охорони здоров'я рейтингу національних систем охорони здоров'я Україна посіла лише 79 місце із 191 країни світу, а за показником витрат на охорону здоров'я в розрахунку на одного жителя, Україна займає 111-те місце серед 191 країни світу та восьме – серед країн СНД (пропустивши вперед не лише країни Балтії і Білорусь, а й Молдову) [6, с. 56].

За 25 років незалежності був запропонований 21 проект страхової медицини, і не один з них не пройшов через Верховну Раду.

Тому було прийнято рішення вводити страхову медицину через підтримку системи охорони здоров'я через оплату її із загальних податків, що перераховуються до державного бюджету. Така система діє у Великобританії, скандинавських країнах, Іспанії та Італії.

Мається на увазі наступне: всі громадяни – працюють офіційно і неофіційно, а також непрацюючі взагалі – платять ряд податків, що перераховуються до Державного бюджету України. Це – ПДВ при купівлі будь-яких товарів в магазинах, акциз на автомобільне паливо, вартість якого закладена в ціну проїзду в автобусах, ряд інших платежів, частина яких йде в бюджет у вигляді податків і зборів. Цей захід дозволяє уникнути введення додаткових податків на покупку страхових медичних полісів або обов'язок роботодавців при нарахуванні зарплати працівникам додатково автоматично перераховувати якусь суму їх заробітку на страховку [5, с. 28].

До кінця цього року при Кабміні буде створено Національну службу здоров'я, завданням якої буде укладати договори між сімейними лікарями та державою в особі МОЗ України на користування бюджетними коштами за програмою страхової медицини. Оскільки, починаючи з 2017 року, сімейним лікарям буде оплачуватися робота не за ставкою лікаря загальної практики, а за кількістю обслуговуваних їм пацієнтів [4, с. 18]. Детальніше медики з текстами таких договорів вже можуть ознайомитися на офіційному сайті МОЗ України.

Контроль за реально виконуваною роботою сімейного лікаря буде здійснюватися через електронну картку пацієнта, яку сімейний лікар повинен реєструвати в МОЗ на кожного пацієнта, якого він обслуговував.

Введення страхової медицини в інших ланках медицини буде проводитися в 2018-2019 роках. У 2017 році вони будуть фінансуватися по-старому. Тобто, треба розуміти, що за аналізу і все таке інше в більшості випадків громадянам доведеться доплачувати з власної кишені. А як воно буде далі, в МОЗ України поки не знають.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Незважаючи на соціальну важливість та

суспільну значимість охорони здоров'я, система медичного страхування в Україні на сьогодні є малорозвинутою. Закон про обов'язкове медичне страхування досі не прийнятий, існуючі програми добровільного медичного страхування направлені більшою мірою на корпоративних клієнтів, а висока вартість стандартних медичних полісів обмежує їх придбання більшою частиною населення.

Аналіз стану та проблем розвитку ринку медичного страхування в Україні свідчить, що необхідні подальші пошуки шляхів оптимізації вартості послуг добровільного медичного страхування, які б забезпечили баланс інтересів страховиків і страхувальників та сприяли розвитку цього соціально значимого й необхідного для нашої країни сегмента страхового ринку. Основною проблемою, що постала у сфері медичного обслуговування, є невідповідність існуючим потребам обсягів коштів, що спрямовуються на фінансування цієї галузі з офіційних джерел. Це явище сприяє розвитку корупції, розвитку тіньової економіки, оскільки змушує пацієнтів брати участь у фінансуванні закладів охорони здоров'я у непередбачений законами України спосіб.

Перш за все, в Україні необхідно сформувати ґрунтовну законодавчу базу, яка включатиме всі аспекти та затвердить офіційно медичне страхування. Слід також пам'ятати про розвиток конкуренції серед чинних страхових компаній, що дозволить створити умови для зниження ціни купівлі страхового поліса з ДМС, а також для підвищення рівня якості медичних послуг.

Також, можна відзначити, що ринок добровільного медичного страхування в Україні має перспективи розвитку: питома вага ДМС на ринку страхових послуг має тенденцію до зростання; страховики, які надають послуги з ДМС стають все більше конкурентними; підвищується інтерес населення до даного виду страхування. Закордонний досвід у галузі медичного страхування підтверджує ефективність змішаної моделі медичного страхування. Враховуючи наведене, пропонуємо проведення з боку страховиків ряду заходів організаційного характеру із застосуванням інструментів реінжинірингу бізнес-процесів, що дозволять швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища.

На нашу думку, для зростання тривалості ділових відносин з клієнтами першочерговим є удосконалення супроводження страхових договорів, а саме: сервісу медичного асистансу (контроль звернень на гарячу лінію або онлайн-сервіс за терміном очікування на відповідь оператора контакт-центру, кількості не прийнятих дзвінків, технічних збоїв, тощо); оцінка та оперативне реагування на частоту звернень страхувальників, не тільки згідно рахунків медичних закладів, а й за рахунок побудови власної моделі прогнозованої поведінки клієнтів; розширення співпраці із сучасними клініками та незалежними експертами; здатність страховика пропонувати застрахованій особі деякі рішення по ризикам, які не оплачуються роботодавцем, на добровільних засадах у зручній формі; поліпшити внутрішні комунікації та побудувати модель персонального обслуговування клієнтів, що призведе до скорочення вну-

трішніх взаємозв'язків між окремими групами співробітників страхової компанії та процедурних умов, розробка гнучкої корпоративної культури страхової компанії, підвищення кваліфікації персоналу та впровадження CRM-систем.

Чинна система медичного забезпечення в Україні перебуває в глибокій організаційно – структурній і фінансовій кризі, що характеризується нерівномірним розподілом ресурсів у цій системі, низьким рівнем розвитку надання первинної медичної допомоги та низькою часткою видатків на охорону здоров'я по відношенню до ВВП [2].

Ми вважаємо, що одним із шляхів до забезпечення належної організації охорони здоров'я, яка забезпечувала б право кожного громадянина на одержання медичної допомоги, є розвиток системи страхової медицини, за допомогою якої

можливо вирішити численні питання гарантованості доступності медичних послуг для широких верств населення, залучення додаткових ресурсів у сферу охорони здоров'я [1].

Отже, існуюча на сьогодні в Україні система охорони здоров'я потребує негайного реформування. Чітке виконання «Національної стратегії реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 – 2020 років» дозволить впровадити ефективну систему соціального медичного страхування та підняти вітчизняну систему охорони здоров'я на новий рівень. При проведенні реформ в галузі охорони здоров'я та введення соціального медичного страхування можна звернутися до досвіду зарубіжних країн, зокрема Грузії, яка за п'ять років повного перезапуску системи охорони здоров'я досягла позитивних результатів для своїх пацієнтів.

Література:

1. Азрапкіна К. Ф. Основні засади формування загальнообов'язкового державного медичного страхування в Україні / К. Ф. Азрапкіна, К. Ю. Молчанова // Наукове товариство Івана Кушніра. – 2012. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=34047>
2. Бідник Н. Б. Медичне страхування в Україні / Н. Б. Бідник // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 767. – С. 263-269. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_767_39
3. Білик О. І. Переваги та недоліки введення обов'язкової форми медичного страхування в Україні / О. І. Білик, С. А. Качмарчик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 767. – С. 270-276. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_767_40
4. Болдова А. А. Особливості медичного страхування в Україні / А. А. Болдова, В. Ю. Мойко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – № 2. – С. 33-39. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnudps_2012_2_5
5. Заволока Л. О., Задорожна В. В. Впровадження та гармонізація європейських стандартів в системі українського страхування / Л. О. Заволока, В. В. Задорожна // Економіка Фінанси Право: щомісячний інформаційно-аналітичний журнал. – 2015. – № 4/1. – С. 35-38.
6. Консолідовані звітні дані по страховому ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/734.html>
7. Обов'язкове медичне страхування впровадять через 3 роки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~2/2011/09/04/250575>
8. Офіційний сайт інтернет-журналу «Forinsurer» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forinsurer.com>.
9. Офіційний сайт Товариства з обмеженою відповідальністю «Нафтогазстрах». – Режим доступу: <http://ngs.biz.ua>.
10. Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства «ІНГО Україна». – Режим доступу: <http://ingo.ua/ua>.
11. Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства «ПРОВІДНА». – Режим доступу: <http://providna.ua>.
12. Офіційний сайт страхової компанії «УНІКА». – Режим доступу: <https://unika.ua>.

Пономарева Оксана Борисовна

старший преподаватель кафедры финансов субъектов хозяйствования и страхования
Университета таможенного дела и финансов

Гребенюк Александр Сергеевич

студент финансового факультета
Университета таможенного дела и финансов

Сидорчук Роман Александрович

студент финансового факультета
Университета таможенного дела и финансов

МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ В УКРАИНЕ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

Статья посвящена вопросу медицинского страхования в Украине, современному состоянию медицинского страхования и перспективам его развития. Проанализировано современное состояние рынка медицинского страхования Украины и факторы, влияющие на медицинское страхование, а также проблемы развития рынка медицинского страхования в Украине. Приведены основные проблемы этого вида страхования и поиск путей его совершенствования.

Ключевые слова: страховой рынок, страховая компания, медицинское страхование, добровольное медицинское страхование.

Ponomareva Oksana Borisovna

Senior Lecturer, Department of Finance,
Business Administration and insurance
University of Customs and Finance

Grebenyuk Alexander Sergeevich

Student of the Faculty of Finance
University of Customs and Finance

Sydorchuk Roman Alexandrovich

Student of the Faculty of Finance
University of Customs and Finance

MEDICAL INSURANCE IN UKRAINE, CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Summary

The article is devoted to the issue of health insurance in Ukraine, the current state of health insurance and prospects for its development. The current state of the Ukrainian health insurance market and factors influencing medical insurance, as well as problems of the development of the health insurance market in Ukraine, are analyzed. The main problems of this type of insurance are given and ways of its improvement are found.

Key words: insurance market, insurance company, medical insurance, voluntary medical insurance.

УДК 331.101.38

Гусаріна Наталія Вікторівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і підприємництва
Херсонського національного технічного університету

ЗАКОНОМІРНОСТІ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Визначено основні закономірності розвитку інноваційної діяльності підприємств в умовах динамічних змін зовнішнього оточення. Запропонована структурно-функціональна модель формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств, яка забезпечує гармонізацію взаємовідносин агентів бізнесу і держави в умовах невизначеності. Проведено структурний аналіз елементів моделі і закономірностей їх взаємодії, що дозволило виділити основні детермінанти формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств.

Ключові слова: закономірності, детермінанти, інноваційний розвиток, бізнес-середовище, модель.

Постановка проблеми. Господарський механізм інноваційної моделі розвитку підприємств на сучасному етапі їх функціонування, характеризується неоднозначністю та непередбачуваністю зовнішнього середовища, що не дозволяє розвиватися підприємствам в довгостроковій перспективі. В умовах динамічних змін впливу зовнішнього середовища на виробничу діяльність підприємств ісперативом забезпечення сталого економічного розвитку в довгостроковій перспективі виступає інноваційна діяльність.

Аналіз впливу бізнес-середовища в умовах динамічних змін економіки на інноваційну сферу є визначенням важливості ролі держави у створенні сприятливих умов для активізації інноваційної діяльності підприємств. Розгляд основних детермінант формування бізнес-середовища, які впливають на функціонування виробництва у сучасних умовах ведення бізнесу є актуальним завданням економічного розвитку підприємств.

Аналіз публікацій з означеної проблеми потребує вивчення та узагальнення основних положень інноваційного розвитку підприємств в динамічних змін зовнішнього середовища[1-3]. Імперативом переходу економіки на інновацій-

ний шлях розвитку є кардинальне підвищення інноваційної активності бізнесу [4-7]. Інноваційна політика спрямована на поліпшення бізнес-середовища щодо стимулювання підприємств до інновацій [8,9]. В умовах невизначеності та неоднозначності впливу навколишнього середовища на функціонування виробничих об'єктів реалізація цих задач набуває першорядного значення.

Постановка завдання. Сучасний економічний стан промислових підприємств держави характеризується значним спадом виробництва, зниженням інноваційної активності, відсутністю державної підтримки і підвищенням зношеності основних фондів. На цьому тлі спостерігається скорочення кількості працівників, відсутність моральної та матеріальної мотивації при проведенні трансформаційних перетворень. Розгляд основних детермінант формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств, що впливають на функціонування виробництва у сучасних умовах становлять не тільки науковий, але і практичний інтерес.

Викладення основного матеріалу дослідження. Детермінанти – це напрямки можливості інтенсивного оновлення продукції і виробничого

апарату. Детермінанти формуються в умовах ринкового середовища, для якого характерними є невизначеність та мінливість [1, с. 236].

Загальні детермінанти: конкуренція, споживач, постачальники технології, державне регулювання, чинники макросередовища, інноваційні досягнення, науково-технічний, кадровий потенціал, стан нематеріальних активів.

На цьому фоні існують і специфічні детермінанти економічного розвитку підприємств та їх адаптації до умов зовнішнього середовища, що постійно змінюються [2, с. 227].

Економіка і управління господарським механізмом підприємств є могутнім інноваційним потенціалом в відповідному бізнес-середовищі. Підприємства з низьким інноваційним потенціалом неспроможні адекватно протистояти нестабільному впливу зовнішнього середовища. Отже, інноваційний потенціал, його структура і параметри виступають в якості детермінант розвитку і економічного зростання підприємств. Одним з головних детермінант формування бізнес-середовища є державне регулювання ринкових процесів [3, с. 72].

Ринок без державного регулювання посилює відмінності в умовах реалізації інноваційних продуктів і через них у функціонуванні підприємств взагалі. Циклічність та самоорганізація ринкового механізму закріплює високу розвиненість одних підприємств та їх торговельних марок та економічне відставання інших.

Детермінантом державної політики формування бізнес-середовища є підтримка інноваційного підприємництва та ліквідація розривів в економічному зростанні перспективних наукоємних галузей, які визначають науково-технічний потенціал держави. Це, в свою чергу, вимагає збільшення імпорту технологій та обладнання [4, с. 47].

В якості детермінант державної політики формування бізнес-середовища слід відмітити підтримку інноваційних підприємств в малому і середньому бізнесі. Розвиток підприємств малого та середнього бізнесу характеризує їх висока залежність від внутрішнього попиту. Це пов'язано з тим, що більшість малих підприємств орієнтовані на задоволення потреб споживчого ринку

населення, домогосподарств та підприємств внутрішнього ринку. Зниження неплатоспроможності попиту на товари і послуги малих підприємств негативно впливає на їх діяльність, тому що низький попит призводить до скорочення оборотних коштів переміщення капіталу, зменшенню витрат за рахунок спаду обсягу випуску продукції, тобто відбувається економія на масштабі, скороченню персоналу та призупинення проектів розвитку.

В якості базових детермінант бізнес-середовища слід окремо виділити створення системи інформаційно-консультаційних послуг. Інформаційно-аналітичне забезпечення на сьогодні стає відмінною особливістю і детермінантами розвитку всіх сфер господарської діяльності, в якій акумулюються та перероблюються значні потоки інформації. Інформатизація та посилення ролі комунікаційних технологій в бізнес-процесах формують інформаційний простір, який забезпечує ефективну взаємодію всіх ланок управління. В сучасних умовах розширення бізнес-простору інформаційно-комунікаційні технології стають найважливішими факторами економічного зростання.

Роль інформаційного супроводу в управлінні економічним розвитком виробництва представлено на рис. 1.

Організаційні заходи, направлені на забезпечення механізмів розвитку інноваційної інфраструктури, створення інноваційних центрів трансферу технологій їх експертизи та екологічної безпеки.

Детермінантами формування бізнес-середовища є інвестування інноваційних процесів. Основні труднощі у формуванні та нарощуванні інноваційного потенціалу підприємств пов'язані з обмеженістю фінансування. У формуванні бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств основний акцент припадає на інноваційний сегмент інноваційного потенціалу [7, с. 56; 8, с. 240].

Найбільшу питому вагу інвестицій в інноваційну діяльність припадає на власні кошти підприємств. На них припадає основне фінансове навантаження інноваційного та економічного розвитку виробництва. За рахунок коштів державного бюджету фінансується лише 2-3% ін-

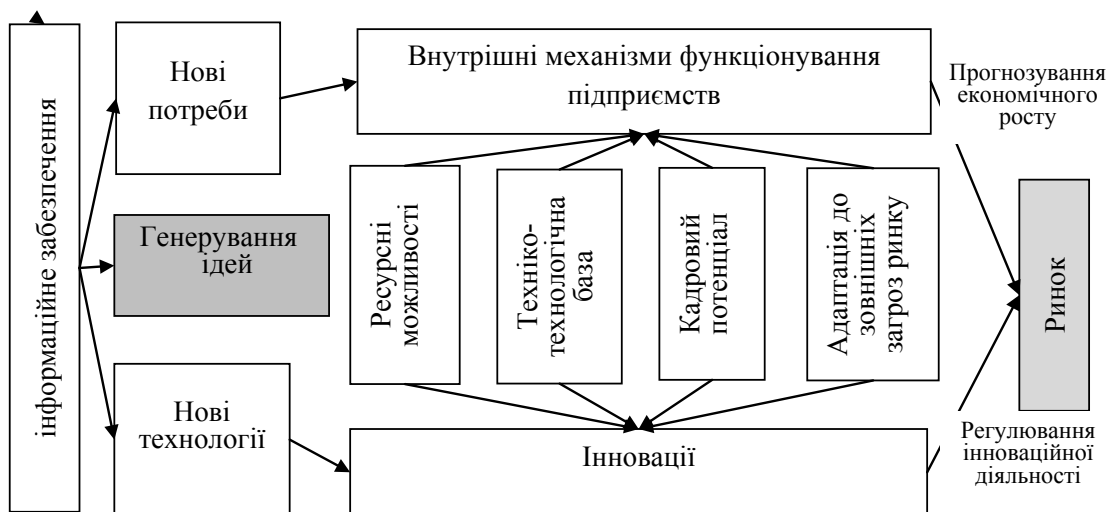


Рис. 1. Управління економічним розвитком виробництва

новацій. Комерційні банки через невизначеність повернення фінансують менше 10% інновацій.

Вагомим детермінантом інноваційної політики є зовнішнє інвестування. Впровадження іноземного капіталу в промислове виробництво набагато вигідніше, ніж отримання кредитів для оплати різних послуг.

Складна сукупність факторів глобалізації економіки породжує нові риси інвестиційних процесів, тому інвестиційну привабливість слід розглядати у взаємодії внутрішніх ендегенних і зовнішніх екзогенних факторів. Співвідношення оборотних коштів, що перебувають у сфері виробництва й у сфері обігу неоднаково для різних галузей економіки. Все більшу роль у створенні доданої вартості грають високотехнологічні та наукомісткі виробництва. Знання та інвестиції в них безпосередньо впливають на економічне зростання підприємств [9, с. 35].

Відтворювальна структура інвестицій в основний капітал за напрямками економічної діяльності підприємств повинна мати пріоритетну спрямованість на освоєння виробництва нових видів продукції і технологічними роботами по вдосконаленню способів виробництва.

Одним з найважливіших факторів, спрямованих на поступальний розвиток підприємств є наявний кількісний та якісний склад трудових ресурсів. Детермінантом формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємства є придбання персоналом необхідних компетенцій, знань, умінь і навичок за допомогою навчання перекваліфікації як в середині підприємства, так і за його межами. Стратегії трансформації знань в економічні рішення

є ефективним засобом забезпечення економічного зростання підприємств в умовах динамічних змін зовнішнього середовища [5, с. 192].

Важливу роль у структурі формування бізнес-середовища відіграє координація і регулювання розвитком інноваційної діяльності, що дозволяє управляти різними варіантами забезпечення економічного зростання підприємств. Координація і регулювання інноваційної діяльності при формуванні бізнес-середовища має на меті підвищення інноваційної активності бізнесу. Схема такої взаємодії наведена на рис. 2.

Організаційні заходи, направлені на управління процесами формування бізнес-середовища інноваційного розвитку виробництва здійснюється шляхом впливу на детермінанти прийняття рішень з реалізації альтернатив показників вірогідності при настанні певних станів зовнішнього середовища, збільшення частки ринку та нарощування власного капіталу підприємства, прогнозування та інформаційної інфраструктури.

На підставі аналізу та узагальнення сукупності досліджень викладених положень сформульована модель формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств, що функціонують в умовах динамічних змін зовнішнього середовища.

Структурно-функціональна модель формування бізнес-середовища приведена на рис. 3.

За відсутності інвестицій та платоспроможного попиту на продукцію господарюючі суб'єкти малого бізнесу для мінімізації оподаткування змушені приховувати власні прибутки і переходити до тіньового сектору економіки. Для зменшення ад-



Рис. 2. Координація і регулювання розвитком інноваційної діяльності при формуванні бізнес-середовища

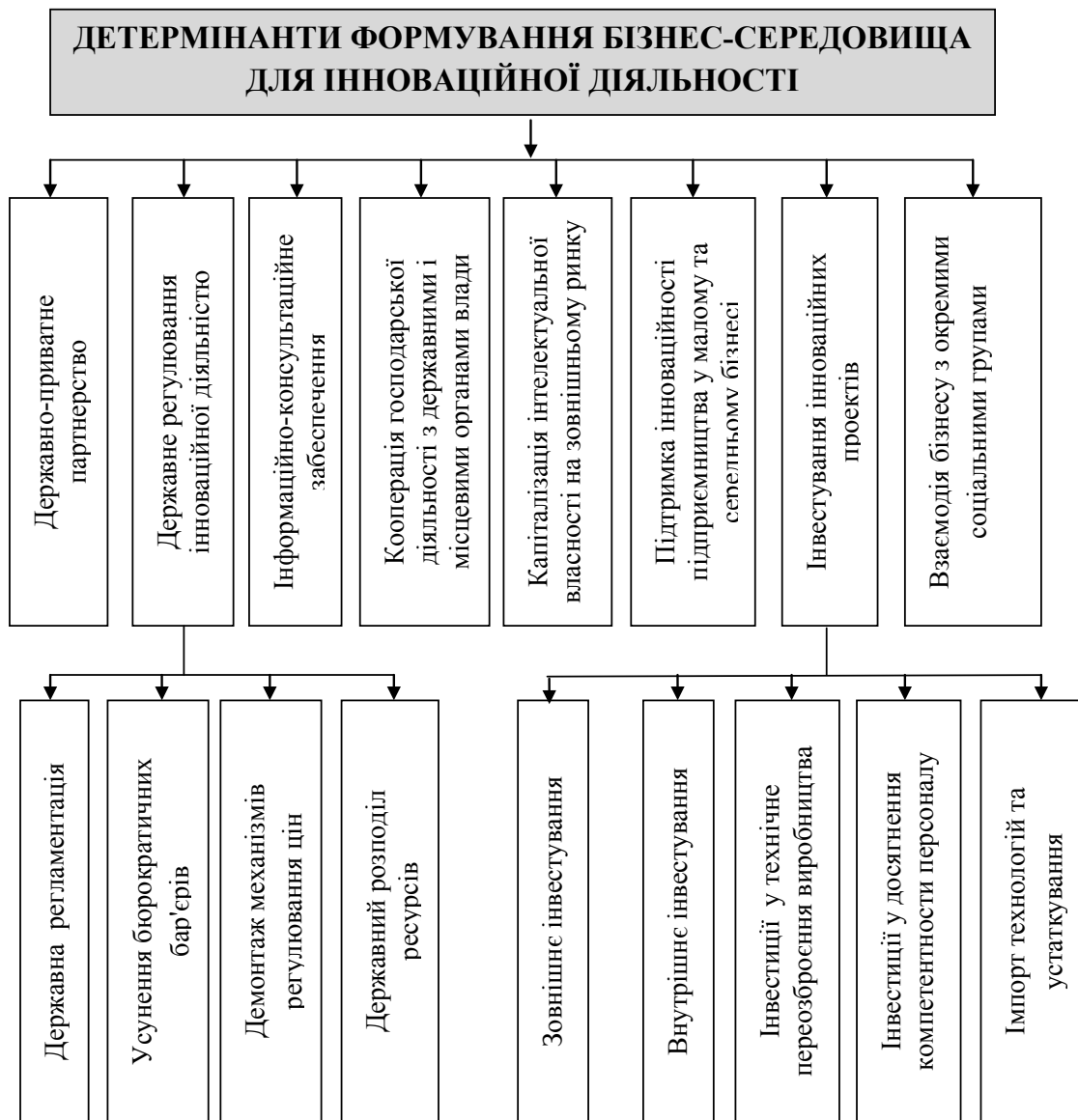


Рис. 3. Структурно-функціональна модель формування бізнес-середовища

міністративного тиску на малий бізнес необхідно реалізувати комплекс заходів стимулювання фінансового, правового та організаційного характеру. Це, в свою чергу, вимагає залучення приватного фінансування, активізації інвестиційної діяльності комерційних банків, зацікавлених у довгостроковому кредитуванні та використанні нетрадиційних способів фінансування інноваційних суб'єктів венчурного фінансування, франчайзингу, лізингу, факторингу для створення необхідних умов переміщення доходів із низькотехнологічних сегментів економіки у високотехнологічні.

Висока ступінь зносу основних фондів вимагає з корінної заміни замість поточного і капітального ремонту. Для стабілізації економічного стану держави потрібні великі інвестиції в технічне переозброєння виробництва. Детермінантом формування бізнес-середовища, відповідного сучасним досягненням науково-технічного прогресу. Дуже важливо щоб при введенні у виробництво нових технологій і виробничих потужностей обов'язково

присутня інноваційна складова. Поєднання інвестицій та інновацій становить основу матеріалізації досягнень науково-технічного прогресу і забезпечення економічного зростання в цілому.

Висновки з проведеного дослідження. Формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств ставить своєю кінцевою метою забезпечувати сталість бізнесу, через вміння швидко адаптуватися до мінливих умов господарювання, здатність підлаштовувати власну структуру і у відповідності з ними ціленаправлено розвивати конкурентні переваги. Визначені основні закономірності процесів формування бізнес-середовища інноваційного розвитку підприємств в умовах невизначеності. Встановлено, що для ефективного впровадження інновацій необхідно створення відповідної бізнес-середовища на основі державного регулювання ринкових процесів для формування матеріально-технічної бази, фінансової та інформаційної підтримки, інновацій, комерціалізації наукових знань гармонізації бізнесу і держави.

Література:

1. Павлыш Э.В. Детерминанты инновационного потенциала региона в международной среде диффузии инноваций / Э.В. Павлыш // Экономическая наука сегодня: сборник научных статей / пред. редкол. С.Ю. Солодовников. – Минск: БНТУ, 2017. – Вып. 5. – С. 235-252.
2. Лазарева Є.В. Методологічні аспекти формування інноваційної системи регіону: монографія / Є. В. Лазарева. – Одеса : Ін-т пробл. ринку та економ.-еколог. досліджень НАНУ, 2010. – 320 с.
3. Новицкий В. Императивы инновационного развития / В. Новицкий // Экономика Украины. – 2007. – № 2. – С. 45–52.
4. Бутенко О.І. Інфраструктурні компоненти інноваційної моделі економіки / О.І. Бутенко, Є.В. Лазарева // Економіка і прогнозування. – К.: "Фенікс", 2008. – № 4. – С. 69-81.
5. Кифяк В. Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства» / В. Кифяк // Економічний аналіз. – Тернопіль, 2011. – Вип. 8. – Ч.2. – С. 190-194
6. Федулова Л. Тенденції становлення новітнього технологічного укладу світової економіки: роль управління інтелектуальною власністю. / Л. Федулова, Л. Цибульська // Економіка України. –2011. – № 12. – С. 23-35.
7. Бельтюков Є.А. Фінансовий аспект підтримки інноваційного розвитку промислових підприємств / Є.А. Бельтюков, І.В. Черкасова // Економічні інновації. – 2009. – № 36. – С. 54-58
8. Конюхов В.Ю. Розробка інвестиційного інструментарію для оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємств / В.Ю. Конюхов, А.С. Нечаєв, О.О. Кичкін // Актуальні проблеми економіки: Науковий економічний журнал. – 2014. – № 12. – С. 236-251
9. Шарко М.В. Формування політики нарощування інтелектуального потенціалу / М.В. Шарко, Ю.В. Панченко // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 6 (156) – С. 30-40.

Гусарина Наталья Викторовна

кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и предпринимательства
Херсонского национального технического университета

ЗАКОНОМЕРНОСТИ ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Аннотация

Определены основные закономерности развития инновационной деятельности предприятий в условиях динамических изменений внешнего окружения. Предложена структурно-функциональная модель формирования бизнес-среды инновационного развития предприятий, которая обеспечивает гармонизацию взаимоотношений агентов бизнеса и государства в условиях неопределенности. Проведен структурный анализ элементов модели и закономерностей их взаимодействия, что позволило выделить основные детерминанты формирования бизнес-среды инновационного развития предприятий.

Ключевые слова: закономерности, детерминанты, инновационное развитие, бизнес-среда, модель.

Gusarina Nataliya Viktorivna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Economics and Entrepreneurship,
Kherson National Technical University

REGULARITY OF FORMATION PROCESSES BUSINESS ENVIRONMENTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY

Summary

The basic regularities of development of innovative activity of enterprises in the conditions of dynamic changes of external environment are determined. The structural-functional model of the business environment of innovative development of enterprises is proposed, which ensures the harmonization of the relations between the agents of business and the state in conditions of uncertainty. Structural analysis of model elements and regularities of their interaction was conducted, which allowed to identify the main determinants of business environment formation of innovative development of enterprises.

Key words: regularities, determinants, innovation development, business environment, model.

УДК 659.127.6

Болотна Оксана Володимірівна

кандидат економічних наук, доцент,

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Давиденко Анастасія Михайлівна

студент економічного факультету

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Хащівська Марина Миколаївна

студент економічного факультету

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

ВПЛИВ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА

Предметом дослідження даної статті є вплив бренду на поведінку українського споживача. Мета – встановити значення брендингу та бренду, дослідити процес вибору стратегії брендингу та визначити вплив стратегії брендингу на поведінку споживача. При написанні статті були використані наступні методи: метод встановлення причинно-наслідкових зв'язків, аналіз та синтез, абстрагування, узагальнення. Результатом дослідження є визначення понятійного апарату досліджуваних категорій та встановлення значення брендингу у поведінці споживача.

Ключові слова: бренд, брендинг, стратегія, управління брендом, товар, споживач, конкурентні переваги.

Постановка проблеми. Для досягнення високих показників продажу, прибутку, частки ринку компанії активно працюють не тільки над оптимізацією процесів виробництва для зниження витрат, але і над комплексом маркетингу. У світі глобальної конкуренції бренди з кожним разом все більше використовуються компаніями в якості стратегії створення вартості і диференціювання, щоб бути на крок попереду своїх суперників. Досвід використання певного бренду сприяє підвищенню споживчої довіри і лояльності споживачів, що дозволяють будувати міцні відносини з компанією. Таким чином, «бренди» сприяють підвищенню акціонерної вартості і створюють довгострокову перевагу на ринку для організації.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке складається з більш дрібних задач: встановити значення брендингу та бренду, простежити розвиток брендів світу та визначити вплив стратегії брендингу на поведінку споживача.

Виклад основного матеріалу дослідження. Будь-яка компанія виходить на ринок з продуктом своєї діяльності з метою отримати прибуток через задоволення потреб споживачів. Брендинг також може допомогти в розробці нового продукту, сприяючи розширенню продуктової лінійки за рахунок сприйняття споживачем цінності і символу, предствленого брендом.

На думку Аакера, бренд може бути сформований виходячи з можливостей фірми та впливу на поведінку споживача стосовно різних елементів, таких як: лояльність та впізнаваність бренду, сприйняття якості товарів чи послуг та асоціацій споживача з брендом [1]. Отже, бренд можна розглядати як систему, що пов'язує товар з його характеристиками, образом в свідомості споживачів та концепцією виробника по відношенню до свого товару та споживачів.

Помилковим є ототожнення понять «бренд» та «торгова марка», оскільки існують певні критерії визнання товару брендовим:

- товар доступний 75% споживачів;
- 75% цільової аудиторії можуть лише за назвою визначити галузь діяльності;

- мінімум 20% покупців з цільової аудиторії користуються продукцією систематично;

- мінімум 20% покупців з цільової аудиторії в змозі розпізнати відмінні характеристики бренду;
- товар знаходиться на ринку не менше 5 років;
- споживачі готові платити за такий товар більше, незважаючи на наявність дешевших аналогів.

Брендинг включає в себе дослідження, розробку та впровадження фірмових найменувань, торгових марок і товарних знаків. Це, безсумнівно, вимагає значного вкладу маркетингових комунікацій та розробку довгострокових стратегій, але це один із ефективних засобів отримання довгострокової рентабельності.

Вперше визначення цінності бренду було представлено Фаркуаром як додаткова цінність, яку бренд надає на свою продукцію або послуги [2]. Цінність бренду може бути оцінена шляхом вирахування корисності фізичних властивостей продукту від загальної корисності бренду. Як значний актив компанії, бренд збільшує грошовий потік у бізнесі.

Ефективна стратегія брендингу має великий вплив на формування іміджу компанії та забезпечує довгострокову продуктивну діяльність. За визначенням, бренд-стратегія – це довгостроковий план розвитку успішного бренду для досягнення конкретних цілей. Стратегія бренду повинна відповідати бізнес-стратегії, корпоративній культурі та місії компанії.

Брендинг допомагає залучити більше споживачів, формувати їх прихильність, знижує ризик втрати частки ринку в умовах конкуренції. В результаті побудова бренду є ключем до успіху в величезній кількості галузей (рис. 1).

Високу вартість бренду забезпечує загальний рівень доходу компанії, а параметр потужності складається з впізнаваності, лояльності до бренду його співробітників і споживачів, репутації та інвестицій в маркетинг.

При розробці стратегії брендингу неприпустимо, щоб компанія проводила свою стратегію за однією і тією ж стандартною схемою як і інші компанії, тобто необхідно враховувати, що бренд повинен мати свої індивідуальні особливості.

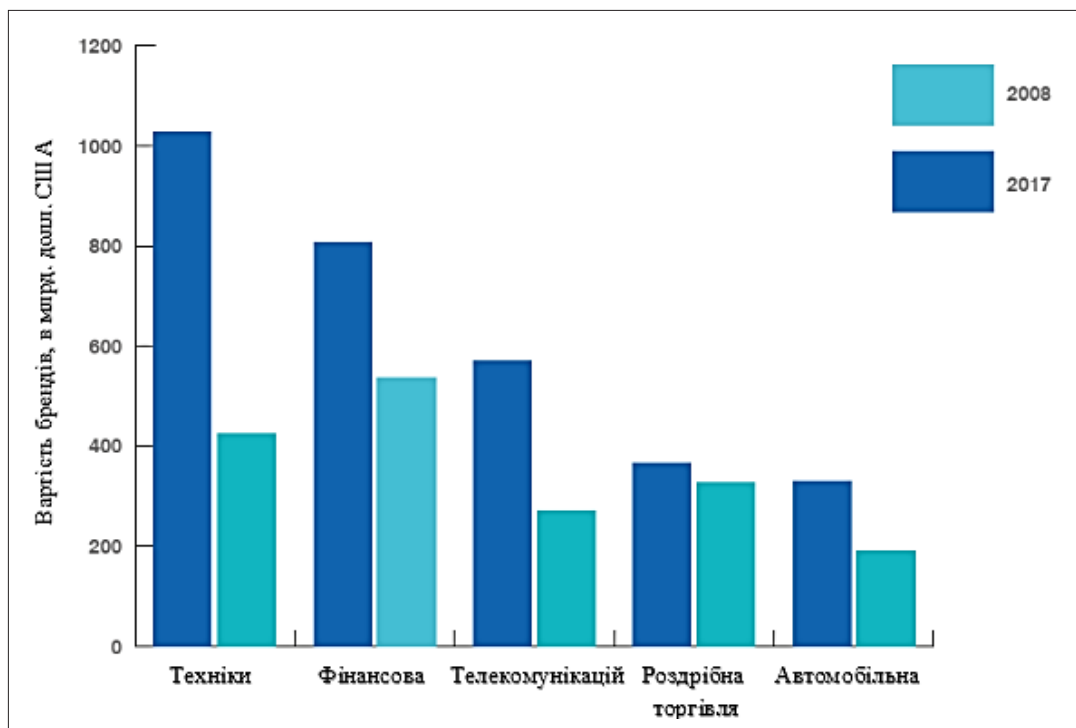


Рис. 1. Загальна вартість брендів для Топ-5 галузей (2008 та 2017 рр.)

Існує безліч стратегій розробки та управління брендом:

1. Індивідуальний брендинг передбачає розробку бренду для кожного окремого товару однієї і тієї ж компанії (наприклад, корма для собак Pedigree та Charri належать американській компанії Mars). Окремі назви брендів, природно, забезпечують більшу гнучкість, пропонуючи різноманітну продукцію різної якості. Ця стратегія дозволяє мінімізувати ризик материнської компанії при втратах від окремого бренду, а також формує конкуренцію між брендами, що дозволяє захопити різні групи споживачів.

2. Брендинг Multi-продукт в певному сенсі представляє собою інверсію індивідуального брендингу, що дозволяє інвестувати в маркетингові заходи, направлені на підвищення пізнаваності бренду. Дана стратегія володіє більшою ефективністю в просуванні бренду, але також створює певні ризики в позиціонуванні під однією торговою маркою, оскільки в разі несприятливих подій втрачається лояльність до всієї продукції компанії. Проте незважаючи на значні ризики світові лідери, такі як Apple, Coca-Cola, Sony зосереджують увагу на формуванні прихильності до компанії загалом, а не певного виду продукції.

3. Суб-брендинг дозволяє організації створити відносно великі суб-бренди для даних груп товарів [4]. Хорошим прикладом є Honda і Acura, перший бренд розташований в більш високій цінній категорії, але обидва належать Honda.

4. Co-branding передбачає співпрацю компаній над певними проектами, що формує взаємні вигоди в області просування бренду. Прикладом може послужити співробітництво Google та Samsung, що дозволяє кожній організації на благо один від одного укріплювати лояльну спо-

живчу базу. За даними дослідження The-Brand-Rankings до найбажаніших брендів, з якими хочеться співпрацювати, а, отже, і найпопулярніших є наступні (рис. 2).

Найпривабливішим брендом виступає Nike з оцінкою у 86 балів, на однаковому рівні привабливості знаходяться Apple та Google з 65 балами. Замикає шістку лідерів Coca-Cola з 50 балами.

5. Iconic Branding є надзвичайно складним та важким для виконання. Бренд-ікона – бренд, якому вдалося стати символом категорії товарів, до якої він входить. У разі успішної реалізації стратегії формується певна спільнота споживачів, що споживають продукцію з метою самовираження та ідентифікації в суспільстві. Товар купується не заради самого товару та його здатності задовольнити потреби, а з метою продемонструвати належність до групи споживачів таких товарів. В результаті завойовуються надзвичайно вірні прихильники, які згодні платити більше за конкретний товар та не визнають конкурентів [5].

6. “No-brand” Branding. Останнім часом багато компаній слідує стратегії по створенню упаковки, яка імітує загальну простоту бренду. В результаті продукт видається помітним через відсутність бренду. «Тапа Амарілло» або «Жовтий Cap» є яскравим прикладом такої стратегії, чистячий засіб визнається споживачами за кольором кришки.

7. Стратегія похідних брендів застосовується для товарів, які доповнюють основний продукт, в результаті чого формується певне сприйняття різних товарів під різними брендами як складових єдиного комплексу якісного продукту. Прикладом може служити рекламна кампанія Intel Inside по просуванню мікропроцесорів для кінцевих споживачів, яким не завжди важливо, що знаходиться всередині комп'ютера.

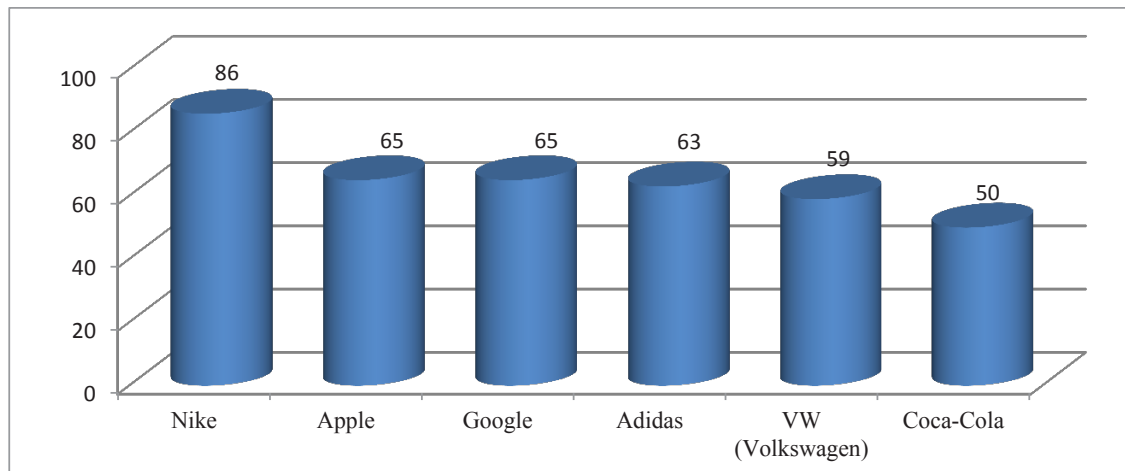


Рис. 2. Оцінка бажаності бренду для співпраці (макс. 100)

8. Стратегія розширення та «розчину» бренду. Добре відоме ім'я бренду може бути використано в якості засобу для нових або модифікованих продуктів. Наприклад, багато дизайнерських компаній розширюють бренди випускаючи нові товари, такі як парфуми, взуття та аксесуари, меблі. Часто продукт не відрізняється від того, що вже є на ринку, за винятком того, що має назву відомого бренду. Проте ризиком надмірного розширення є «розчин» бренду, коли бренд втрачає свої фірмові асоціації з сегментом ринку, областю продукції, якістю або ціною [6].

Після того як підприємство визначилося зі стратегією брендингу, необхідно установити засоби її досягнення. Для цього необхідно регулярно проводити аналіз пропозицій бренду і контролювати потреби потенційних покупців. Моніторинг потреб споживачів є невід'ємною частиною стратегії брендингу. Існує ряд засобів, які допомагають аналізувати галузь діяльності компанії і розвивати бренд. Можливості здійснення аналізу включають:

1. оглядові наради після здійснення вимірювань;
2. регулярне проведення зовнішнього аудиту;
3. пошук способів покращення бренду і стимулювання його впливу на споживачів;
4. співбесіда та підготовка персоналу для здійснення поліпшень діяльності самої компанії.

Всі ці дії підкріплюють стратегію брендингу.

Як зазначалося раніше, зважена політика в області розробки та управління брендом формує постійну клієнтську базу, що забезпечує стабільний прибуток. В таблиці 1 наведені дані про найдорожчі бренди в світі станом на 2016 рік [7]. Три основні показники, які визначають цінність бренду є: фінансовий результат з реалізації фірмових продуктів, роль бренду в процесі прийняття рішення про покупку та сила бренду.

На лідируючих позиціях знаходяться компанії IT сектору Apple та Google, зі значним відставанням 3 місце займає компанія Coca-Cola. З кінця 2015 року інтернет-сервіс Amazon піднявся у рейтингу на 2 позиції і наразі займає 8 місце, яке раніше займала американська багатогалузева корпорація General Electric. На 3 позначки вище піднялась німецька торгова марка Mercedes-Benz з 12 до 9 місця.

Таблиця 1

Найдорожчі бренди у світі станом на 2016 р., млн. дол.

Позиція в 2016	Бренд	Вартість бренду	Позиція в 2015
1	Apple	178,119	1
2	Google	133,252	2
3	Coca-Cola	73,102	3
4	Microsoft	72,795	4
5	Toyota	53,580	6
6	IBM	52,500	5
7	Samsung	51,808	7
8	Amazon	50,338	10
9	Mercedes-Benz	43,490	12
10	General Electric	43,130	8

За останні декілька років менеджери багатьох компаній переглянули свої базові стратегії, так як зрозуміли, що результат безпосередньо залежить від рівня популярності продукту або послуги. До того ж мало хто сьогодні є споживачем продукції лише одного бренду.

Споживчий ринок України постійно відставав від аналогічних ринків розвинених країн світу, але за останні роки з'явилося досить конкуруючих товарів і послуг, як вітчизняних, так і зарубіжних виробників, що призвело до підвищення уваги до проблеми формування стратегій бренду. Це пояснюється тим, що популярність бренду стає важливою умовою стабільного положення компанії на ринку і фактором його конкурентоспроможності.

Згідно дослідження споживчих переваг стосовно походження брендів на українському ринку показало, що українці надають перевагу закордонним товарам непродуктових категорій, в той час як продукти харчування користуються більшим попитом в українського виробника.

Визначним фактором вибору для 58% українців виявилася вигідніша ціна товарів локального виробництва, до того ж 52% опитаних вважають вітчизняні продукти більш натуральними та органічними [8]. Ще 53% споживачів заявили, що не вважають українську продукцію шкідливою для навколишнього середовища.

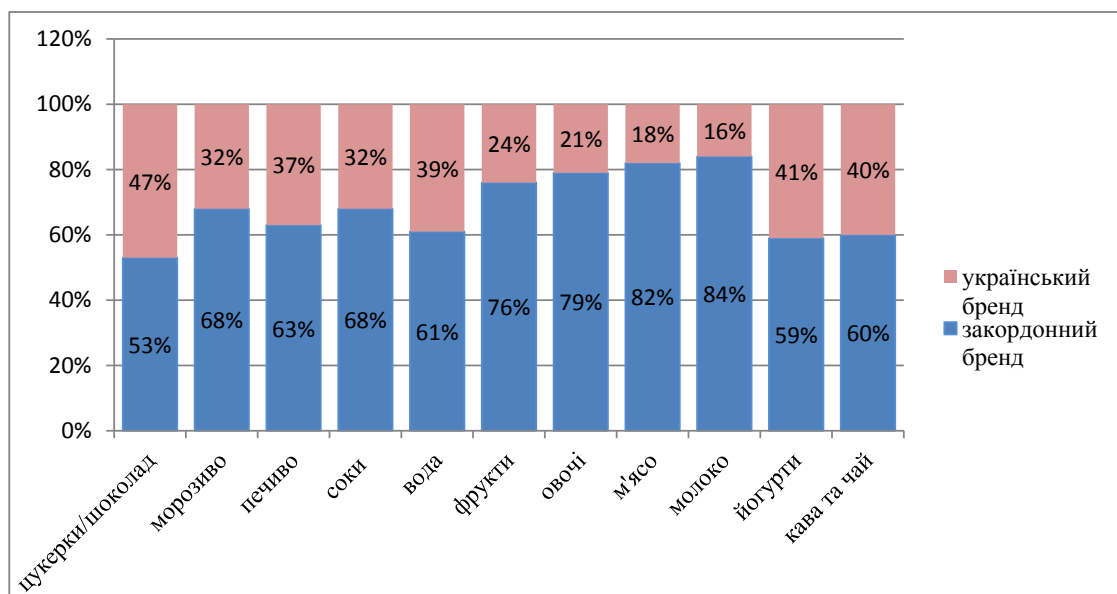


Рис. 3. Переваги українських споживачів при виборі бренду на продукти харчування

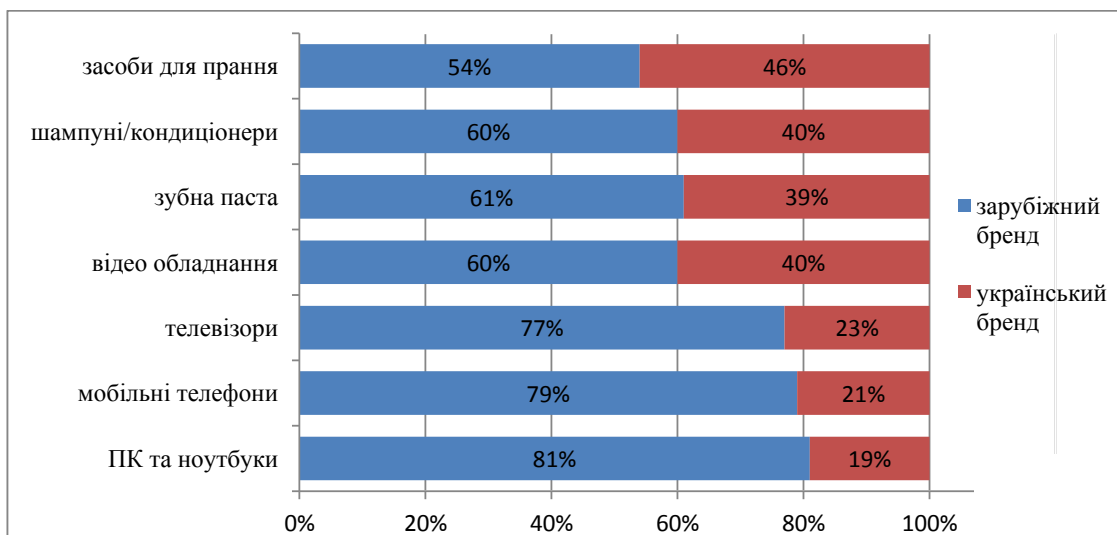


Рис. 4. Переваги українських споживачів при виборі бренду на непродовольчі товари

При виборі непродовольчих товарів 54% українців віддають перевагу закордонним брендам, оскільки мають успішний досвід використання подібних товарів, 69% вважають, що товари іноземного виробника мають кращі властивості, для 60% споживачів закордонні бренди асоціюються з безпечним виробництвом та кінцевими продуктами [8].

Наразі у зв'язку з нестабільною ситуацією в країні та незначним рівнем купівельної спроможності українські споживачі надають перевагу більш дешевим аналогам локального виробництва, оскільки імпортовані товари вразливі до валютних коливань, в той час як закордонні бренди сприймаються як товари кращої якості. Паралельно з цим міжнародні бренди поступаются позиціями на ринку FMCG (fast moving consumer goods), проте не лише стабільно закріпилися на зайнятих позиціях, але й плавно збільшують свою частку в кризовий період.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасні компанії схильні недооцінювати силу брендів та торгових марок у прийнятті бізнес-рішень. Центральна роль брендингу є встановлення індивідуальності фірми та створення її положення на світовому ринку серед клієнтів, дилерів і інших учасників ринку, що робить все більш і більш важливим для фірм встановлення чіткої міжнародної стратегії брендингу.

Таким чином, ми пропонуємо українським виробникам розвиватися в таких напрямках:

- удосконалення процесу виробництва;
- оптимізація розподілу готової продукції;
- розробка та просування бренду;
- позиціонування продукції та виробника;
- розширення асортименту продукції;
- покращення якості упаковки.

В сучасних умовах нестабільності ринку, ризику при веденні господарської діяльності та не-

спроможності залучення значних коштів в область просування бренду доцільним є використання стратегії "No-brand" Branding для категорії продовольчих товарів, що передбачає використання упаковки, яка буде представляти бренд, виділятися серед групи товарів-аналогів та привертати увагу споживачів для подальшої купівлі.

Для категорії непродовольчих товарів першочерговим є покращення якості кінцевих продуктів

та в подальшому доцільним є використання стратегії Co-branding в області співпраці з успішними брендами в конкретній області з метою формування у споживачів позитивного сприйняття вітчизняного бренду та мотивації купівельної поведінки.

Основний елемент успіху – створення гармонійної та послідовної фірмової стратегії по країнах і виробничих лініях, який визначає кількість рівнів і брендів на кожному рівні.

Література:

1. Aaker D. Measuring Brand Equity across Products and Markets / D. Aaker // California Management Review. – 1996. – № 3 (38). – P. 102-120.
2. Farguhar P. Recognising and Measuring Brand Assets / P. Farguhar, J. Han, Y. Ijiri // Marketing Science Institute Working Papers Series. Cambridge. – 1991. – № 91. – P. 119.
3. Пономарева Е.А. Выбор стратегии брендинга / Е.А. Пономарева, А.Г. Богданова, М.В. Павленко // KANT. – 2014. – № 1 (10). – С. 56-57.
4. Baeva D.Y. STRONG BRANDS: How Brand Strategy and Brand Communication Contribute to Build Brand Equity/ / D.Y. Baeva, A.F.M. Coelho. – Universidade de Coimbra, Faculdade de economia, 2011. – 144 p.
5. Brand Management Strategies [Electronic Resource]. // Boundless. – Mode of access: <https://www.boundless.com/business/textbooks/boundless-business-textbook/product-and-pricing-strategies-15/product-packaging-and-branding-99/brand-management-strategies-467-4691/>
6. Value of Branding [Electronic Resource]. // Boundless. – Mode of access: <https://www.boundless.com/marketing/textbooks/boundless-marketing-textbook/branding-and-packaging-10/branding-74/value-of-branding-371-611/>
7. Best Global Brands 2016 Rankings [Electronic Resource]. // Interbrand. – Mode of access: <http://interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2016/ranking/>
8. Міжнародний бренд або локальний виробник: на чьому боці український споживач? [Електронний ресурс]. // The Nielsen Company. – Режим доступу : <http://www.nielsen.com/ua/uk/insights/news/2016/global-vs-local-brands.html>

Болотная Оксана Владимировна

кандидат экономических наук, доцент,

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

Давыденко Анастасия Михайловна

студент экономического факультета

Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

Хашчивская Марина Николаевна

студент экономического факультета

Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИИ БРЕНДИНГА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Аннотация

Предметом исследования данной статьи является влияние бренда на поведение украинского потребителя. Цель – установить значение брендинга и бренда, исследовать процесс выбора стратегии брендинга и определить влияние стратегии брендинга на поведение потребителя. При написании статьи были использованы следующие методы: метод установления причинно-следственных связей, анализ и синтез, абстрагирование, обобщение. Результатом исследования является определение понятийного аппарата исследуемых категорий и значение брендинга в поведении потребителя.

Ключевые слова: бренд, брендинг, стратегия, управление брендом, товар, потребитель, конкурентные преимущества.

Bolotna Oksana Volodymyrivna

PhD, associate professor

V.N. Karazin Kharkiv National University

Davydenko Anastasiia Mykhaylivna

A fourth-year student of economic faculty

V.N. Karazin Kharkiv National University

Khashchivska Maryna Mykolayivna

A fourth-year student of economic faculty

V.N. Karazin Kharkiv National University

IMPACT OF BRANDING STRATEGIES ON CONSUMER BEHAVIOR

Summary

The research subject of this article is the impact of brand on the behaviour of Ukrainian consumers. The goal is to set the value of branding and the brand, to explore the process of selecting a branding strategy and determine the impact of branding strategies on consumer behavior. When writing the article the following methods were used: method of establishing causal relationships, analysis and synthesis, abstraction, generalization. The result of the study is to determine conceptual categories studied and the value of branding in consumer behavior.

Key words: brand, branding, strategy, brand, product, consumer, competitive advantage.

УДК 637.5:339.138(477.61)

Деркачова Вікторія Віталіївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку і банківської справи
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню маркетингової діяльності м'ясопереробних підприємств Луганської області; розглянуто структури ринку підприємств м'ясопереробної галузі; визначено лідерів-виробників серед досліджуваних підприємств; розглянуто взаємозв'язок функцій маркетингу як єдиної системи; проведено аналіз виконання функцій маркетингової діяльності м'ясопереробних підприємств Луганської області.

Ключові слова: маркетинг, функції маркетингу, маркетингова діяльність, структура ринку, м'ясопереробна галузь, аналіз маркетингової діяльності, агропромислові підприємства.

Постановка проблеми. В Україні функціонують сотні тисяч агропромислових підприємств різних форм власності, які працюють у відповідності з діючим законодавством, а також на принципах самостійності та матеріальної зацікавленості в кінцевих результатах. При цьому діяльність підприємств не може бути безконтрольною, без відповідного аналізу, тому що в їх роботі можуть мати місце різні недоліки, помилки, невикористані резерви, що знижують ефективність виробництва. В таких умовах особливої актуальності набувають питання аналізу господарської діяльності, а саме надання високого значення діяльності маркетингового відділу. Сутність маркетингу полягає у двоєдиному та взаємодоповнюючому підході. З одного боку, це досконале вивчення ринку, попиту і потреб, орієнтації на них виробництва та спрямованості продукції. З іншого боку, активний вплив на ринок та існуючий попит, на формування потреб і споживчих переваг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проведені дослідження передбачають розвиток існуючих наукових положень у сфері маркетингової діяльності, викладених у роботах таких вітчизняних вчених – В.Г. Андрійчука, В.І. Богачова, В.М. Гончарова, М.Й. Маліка, В.Г. Ткаченко, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака, а також у працях зарубіжних вчених, як Р. Радфорд, І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Портера, та інших. Незважаючи на значну кількість публікацій з питань маркетингової діяльності, його застосування часто вимагає уточнень і додаткових досліджень. Це пояснюється появою нових проблем суб'єктів господарювання, пов'язаних зі зміною галузі використання маркетингу та необхідністю вдосконалення його інструментів.

Гаркавенко С.С. зазначає, що маркетингова діяльність може бути представлена як послідовність певних етапів, кроків на ринку, що її має зробити виробник на шляху до споживача [4].

Як вважає один з провідних економістів сучасності П. Друкер мета маркетингу – зробити зусилля по збуту не потрібними. Його мета – так пізнати й зрозуміти споживача, щоб товар або послуга точно підходили останньому та продавали себе [10].

Вчені по-різному трактують функції маркетингу. Так, Дж. М. Еванс та Б. Берман вказують:

«Основними функціями маркетингу є: аналіз зовнішньої середовища та ринкових досліджень, аналіз споживачів, планування товарів та послуг, планування ціни, забезпечення соціальної відповідальності та управління маркетингом». Такий перелік не в повній мірі характеризує весь функціональний спектр маркетингу. Але вони ж підкреслюють: «Масштаби маркетингу надзвичайно великі. Він пов'язаний з ціноутворенням, складуванням, упаковкою, створенням торгівельної марки, збутом, управлінням персоналом з торгівлі, кредитом, транспортуванням, соціальною відповідальністю, вибором місць для розміщення роздріркової торгівлі, рекламою, ринковими дослідженнями, плануванням товарів та наданням гарантій» [10].

Формування мети статті. Метою статті є розгляд структури ринку підприємств м'ясопереробної галузі; визначення лідерів-виробників серед м'ясопереробних підприємств Луганської області; розгляд взаємозв'язків функцій маркетингу як єдиної системи; проведення аналізу виконання функцій маркетингової діяльності м'ясопереробних підприємств Луганської області.

Основний матеріал дослідження. Агропромисловий ринок – найбільша і найважливіша складова системи ринкових відносин у будь-якій економіці. Звідси й велике значення розвитку агропромислового ринку України. Зростаюча увага до проблем маркетингової діяльності агропромислових підприємств здебільшого зумовлена низкою сучасних зрушень в економіці країни де відбуваються процеси формування ринкових відносин. Тому використання принципів та інструментів маркетингової діяльності на агропромислових підприємствах здійснюється в умовах: посилення конкуренції на внутрішньому ринку та забезпечення вимог споживачів; планування виробничої, збутової та фінансової діяльності на основі маркетингових досліджень ринку; проникнення досягнень науки і техніки в усі галузі діяльності підприємства; розвитку та поширення інформаційних технологій [2].

Актуальність і важливість маркетингової діяльності на підприємствах м'ясопереробної галузі визначається великою кількістю учасників ринку м'ясопродуктів. Крупних підприємств м'ясопереробної галузі України налічується приблизно 30, крім того, на ринку

м'ясопродуктів працює велика кількість середніх та малих підприємств. Структура участі крупних м'ясопереробних підприємств на ринку України відображена на рисунку 1 [7].

У якості лідерів-виробників серед підприємств м'ясопереробної галузі, що забезпечують вітчизняний ринок м'ясними виробами елітної делікатесної групи, слід зазначити такі підприємства, як корпорація ПАТ «Кременчукм'ясо», ПАТ «Луганський м'ясокомбінат», ПАТ «Мелітопольський м'ясокомбінат», ПАТ «Птахокомбінат» (Кіровоградська обл.), ТОВ «Русановський м'ясокомбінат», ПАТ «Сумський м'ясокомбінат», ТОВ «Черкаська продовольча компанія», ПАТ «Шепетівський м'ясокомбінат», ТОВ М'ясокомбінат «Ювілейний». Ці підприємства займають приблизно чверть виробництва від загальної кількості м'ясних виробів, що випускаються в Україні.

Підприємства Луганської області виробляють більше 7% ковбасних виробів, вироблених в Україні. Випуском ковбасних виробів займалася однакова кількість підприємств як основного кола, так і підсобних й інших підприємств, але по обсягам виробництва переважна більшість – 98,3% приходить на основні підприємства та лише 1,7% на підсобні та малі підприємства. Проведені дослідження доводять, що Луганська область не забезпечена м'ясними виробами, а це вказує на можливість виникнення загроз продовольчої безпеки області.

Загальновідомо, що успіх господарської діяльності підприємства значною мірою залежить від розуміння ринкових потреб, особливо агропромислового ринку, де природа кожного споживача є унікальною, супроводжується складними процесами прийняття рішень про закупівлю. У зв'язку з цим виняткове значення має наявність достовірної інформації. Найчастіше маркетингові рішення пов'язані з вибором ринків збуту продукції і визначенням конкурентних позицій товару. Важливою рисою цих досліджень є те, що інформація, отримана під час їх проведення, необхідна для прийняття конкретного управлінського рішення [3].

Розглянемо найбільш цікавий підхід, щодо розгляду функцій маркетингової діяльності агропромислового підприємства, який представлений на рисунку 2 у вигляді структурної моделі. На даному рисунку показано взаємозв'язок функцій маркетингу, постачання, виробничих процесів та управління підприємством у вигляді єдиної системи, яка націлена на створення споживчої цінності агропромислового товару [8].

Враховуючи вищенаведений аналіз функцій маркетингової діяльності можна зробити наступні висновки. По-перше, в основу їх розробки більшістю вчених покладено виробничий підхід, тобто маркетинг розглядається ними як важлива складова виробничої діяльності. По-друге, у більшості випадків вчені ототожнюють його зі



Рис. 1. Структура ринку підприємств м'ясопереробної галузі України

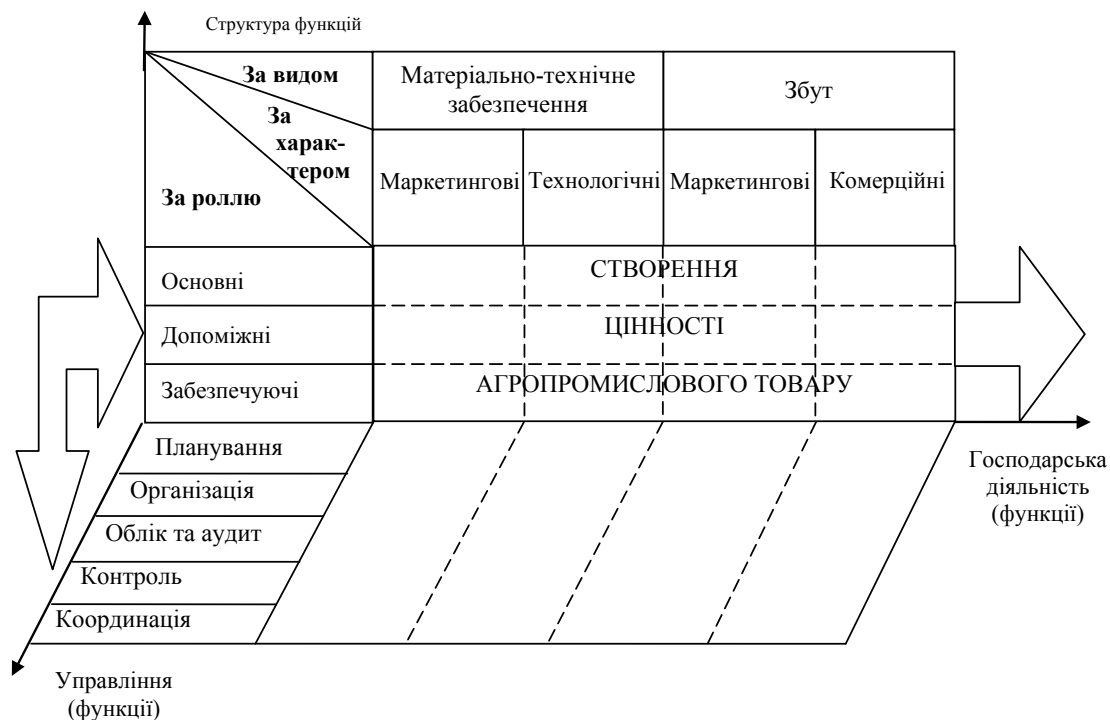


Рис. 2. Структурна модель класифікації функцій маркетингової діяльності агропромислового підприємства [8]

збутом. По-третє, при систематизації функцій маркетингу спостерігається необґрунтоване поєднання маркетингових процесів з його управлінням [5].

Отже, на нашу думку, існуючи розбіжності можна подолати у випадку вибору єдиного підходу щодо класифікації функцій маркетингової діяльності. Так, найбільш комплексним є підхід, в якому розділили функції маркетингової діяльності на загальні (функції управління) і спеціальні (маркетингові дослідження, планування товарної, збутової політики тощо). При цьому спеціальні функції розглядаються як об'єкт впливу загальних функцій управління як у комплексі, так і диференційовано (рис. 3).

Тобто, з одного боку, загальні функції є своєрідною оболонкою, що припускає управління спеціальними функціями, з іншого – вони діють у рамках кожної зі спеціальних функцій. Аналіз виконання загальних функцій маркетингової діяльності, проведений, показав, що на агропромислових підприємствах здебільшого використовуються лише деякі елементи планування, мотивації й контролю. Планування здійснюється тільки на тактичному рівні. При цьому воно не має чіткої постановки завдань і не дозволяє точно визначити перелік функцій, закріплених за кожним працівником. Отже, недоліки планування частково ускладнюють контроль функціонування даного відділу. Недооцінка або недостатнє врахування органічного зв'язку між розробкою та реалізацією маркетингової стратегії призводить до виникнення таких типових проблем діяльності агропромислових підприємств: не враховується потенційний синер-

гетичний ефект, що може виникати в процесі маркетингової діяльності як єдності розробки і реалізації стратегії [1].

Таким чином знижується можливість підприємства більш ефективно реалізувати певну маркетингову стратегію, ніж це передбачалося у процесі її розробки; виникає загроза відірваності маркетингових планів підприємства від реальних соціально-економічних умов, в яких воно функціонує, тому вибрана стратегія може бути недостатньо узгодженою з тенденціями змін внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства; формуються передумови для недооцінки ролі персоналу підприємства в процесі реалізації маркетингової стратегії, у той час як його роль стає дедалі важливішою; звужуються можливості реалізації основного цільового призначення будь-якої маркетингової стратегії – формування сталих конкурентних переваг підприємства [6].

З метою уточнення обсягів функцій, виконуваних маркетинговими відділами, була досліджена низка агропромислових підприємств Луганської області шляхом опитування керівників та фахівців основних відділів, результати якого наведено у таблиці 1.

Проведений аналіз дає змогу стверджувати, що існують суттєві розбіжності думок щодо впровадження маркетингового інструментарію та ролі відділу маркетингу в діяльності підприємств. Проаналізувавши маркетингову діяльність на м'ясопереробних підприємствах можна зробити висновки, що на постійній основі маркетингові дослідження ринку, конкурентів, споживачів і постачальників виконували тільки 26,2% підприємств. Причому 31,1% з них за-

ймалися цією діяльністю рідко, а 2,8% – майже ніколи не проводили такі дослідження. Стосовно функцій товарної і цінової політики, а саме аналізу конкурентоспроможності продукції, формування оптимального асортименту і випуску нових видів продукції, а також стратегії і тактики формування цін, аналізу цін конкурентів та прогнозування їх рівня на продукцію було

визначено, що такою діяльністю постійно займалися відповідно 26,1% і 19,2% підприємств, а рідко – 34,1% і 47,0%.

Необхідно також відмітити, що такі важливі функції маркетингової діяльності, як оцінка ефективності каналів розподілу продукції, налагодження прямих контактів з клієнтами, здійснення рекламних заходів, аналіз впливу комуні-

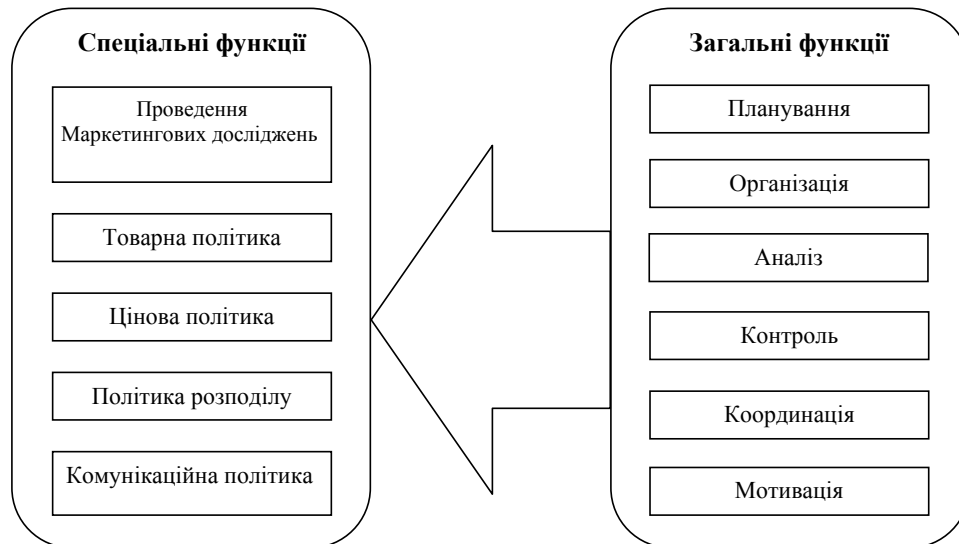


Рис. 3. Функції маркетингової діяльності агропромислового підприємства

Таблиця 1
Виконання функцій маркетингової діяльності м'ясопереробних підприємств Луганської області

Найменування функцій	Кількість підприємств, що виконують функції маркетингової діяльності, %			
	Постійно	Іноді	Рідко	Ніколи
1. Маркетингові дослідження:	26,2	39,7	31,3	2,8
ринку	18,6	39,4	41,1	0,9
конкурентів	27,4	38,6	30,2	3,8
споживачів	31,2	42,8	23,6	2,4
посередників	-	-	-	-
постачальників	27,6	37,9	30,3	4,2
2. Товарна політика:	26,1	33,6	34,1	6,2
контроль якості і конкурентоспроможності продукції	28,6	49,6	18,2	3,6
формування оптимального асортименту	30,4	22,2	42,3	5,1
випуск нових видів продукції	29,2	26,5	43,7	0,6
аналіз ЖЦТ	16,4	36,2	32,1	15,3
3. Цінова політика:	19,2	32,5	47,0	1,3
розробка стратегії і тактики формування цін	15,1	25,3	59,3	0,3
аналіз цін конкурентів	25,8	40,0	33,8	0,4
прогнозування цін	16,8	32,1	47,9	3,2
4. Політика розподілу	20,2	34,4	42,3	3,1
оцінка ефективності каналів розподілу продукції підприємства	8,8	40,8	48,5	1,9
контроль системи сервісного обслуговування	21,2	27,7	43,9	7,2
налагодження прямого контакту з клієнтом	30,8	34,8	34,2	0,2
5. Політика комунікацій	20,3	34,3	43,2	2,2
здійснення заходів щодо реклами, PR	32,2	40,3	26,9	0,6
контроль витрат на комунікації	18,1	26,9	53,4	1,6
аналіз впливу комунікаційних заходів на результативність продажів підприємства	10,5	35,7	49,3	4,5

кацій на результативність продажів, на постійній основі в середньому виконували відповідно 20,2% та 20,3% досліджуваних підприємств. Причому майже 42% з них цією діяльністю займалися рідко, а близько 3% – взагалі не приділяли уваги цій роботі.

Проведені дослідження довели, що на великих підприємствах агропромислового комплексу Луганського регіону маркетингова діяльність на постійній основі зосереджена на таких напрямках: аналізу статистичних даних і періодичного вивчення кон'юнктури ринку (18,6%), збору інформації щодо конкурентів (27,4%), споживачів (31,2%) та постачальників (27,6%), формування оптимального асортименту продукції (30,4%), освоєння нових видів товарів (29,2%), аналізу цін конкурентів (25,8%), налагодження прямих зв'язків з клієнтами (30,8%) та здійснення рекламних заходів (32,2%). При цьому, на наш погляд, агропромислові підприємства недооцінюють важливість таких заходів, як аналіз життєвого циклу товарів (16,4%) й прогнозування цін (16,8%), а також оцінки впливу комунікаційних заходів на результативність продажів підприємств (10,5%).

Висновки та пропозиції. Розглянувши діяльність м'ясопереробних підприємств Луганського регіону на агропромисловому ринку України, можна помітити загальну тенденцію для всіх суб'єктів господарювання щодо спрямованості маркетингових досліджень. Перш за все, вони проводяться власними відділами маркетингу не тільки для визначення ціни на аналогічні товари, але й з метою її подальшого погодження з конкурентами. Додатково слід відзначити, що більше 20% підприємств постійно виконують функції маркетингової діяльності щодо збуту та просування продукції, але цей напрямок до-

сліджень необхідно вдосконалювати, враховуючи особливості сфери їх діяльності. Отже для м'ясопереробних підприємств, які виробляють наукоємну та складну продукцію ефективним засобом вирішення завдань у сфері просування є особистий продаж та розширення своїх власних фірмових магазинів.

Таким чином, можна зробити висновок, що основні функції маркетингової діяльності виконуються на досліджуваних підприємствах лише частково. В більшості випадків це пояснюється відсутністю чіткої організації відділів маркетингу, невизначеністю їхнього місця й ролі в системі управління підприємств та неможливістю оперативно визначити вплив факторів мікро- і макросередовища. При цьому у ході опитування більшість працівників відділів маркетингу і керівництва м'ясопереробних підприємств (63%), відзначили обмежені можливості щодо вчасного реагування на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства і прийняття відповідних управлінських рішень через відсутність практики аналізу та діагностики стану маркетингової діяльності.

Дослідивши стан маркетингової діяльності на м'ясопереробних підприємствах Луганської області, можна внести пропозиції, щодо вдосконалення маркетингової діяльності, а саме налагодження та встановлення довготривалих зв'язків з дистриб'юторами; збільшення власної торгівельної мережі; розширення рекламної діяльності; вдосконалення та приділення більшої уваги аналізу статистичних даних і періодичного вивчення кон'юнктури ринку; формування оптимального асортименту продукції; освоєння нових видів товарів. Приділяти особливу увагу таким заходам, як аналіз життєвого циклу товарів та прогнозування цін.

Література:

- Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. Учебник для Вузов. / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 2-е изд., пераб. и доп. – М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2014. – 718 с.
- Беркутова Т.А. Оценка эффективности функционирования службы маркетинга на предприятии / Т.А. Беркутова Дис...канд. экон. наук: 08.00.05. – Ижевск: ИГТУ, 2012. – 152 с.
- Бурдяк О.М. Організація та економічна оцінка діяльності маркетингових служб підприємств / О.М. Бурдяк Дис...канд. экон. наук: 08.06.03. – Чернівці: Чернівецький державний університет ім. Ю. Федьковича, 1997. – 167 с.
- Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2012. – 712 с.
- Глазов М.М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. / М.М. Глазов – СПб.: ООО «Андреевский издательский дом», 2006. – 448с.
- Степаненко Е.А. Экономическая диагностика маркетинговой деятельности предприятия / Е.А. Степаненко: Монография. – Одесса: НПФ «Астопринт», 1998. – 112 с.
- Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. Практические рекомендации. / Е.П. Пешкова – М.: Центр экономики и маркетинга, 1997. – 80 с.
- Похабов В., Пономаренко И. Методика оценки эффективности
- системы управления маркетингом на предприятии/ В. Похабов, И. Пономаренко Маркетинг. – 2015. – №5 – С. 102–121.
- Ткаченко В. Г. Основы маркетинговой деятельности фирмы : учеб. пособие / Ткаченко В. Г., Брагинцев Н. В., Богачев В. И. – Луганск : Книжк. світ, 2012. – 236 с.
- Hamid Noori, Russell Radford. Production and Operations. Management / Wilfrid Lauries University & University of Manitoba. – San Francisco: McCRAW-Hill Inc. – 3 th-ed., 2016. – 676 p.

Деркачева Виктория Витальевна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансов, учета и банковского дела
Луганского национального университета имени Тараса Шевченко

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

Аннотация

В статье проведены исследования маркетинговой деятельности мясоперерабатывающих предприятий Луганской области; рассмотрена структура рынка предприятий мясоперерабатывающей отрасли; определены лидеры-производители среди исследуемых предприятий; рассмотрена взаимосвязь функций маркетинга как единой системы; проведен анализ выполнения функций маркетинговой деятельности мясоперерабатывающих предприятий Луганской области.

Ключевые слова: маркетинг, функции маркетинга, маркетинговая деятельность, структура рынка, мясоперерабатывающая отрасль, анализ маркетинговой деятельности, агропромышленные предприятия.

Derkachova Victoria Vitalievna

PhD, associate professor,
associate professor of finance, accounting and banking
Lugansk National University named after Taras Shevchenko

CONCEPTUAL DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT OF MARKETING ACTIVITY IN UKRAINE'S PROFITABILIZED ENTERPRISES

Summary

The article studies marketing activities of meat processing enterprises in Lugansk region; the structure of the market of meat processing enterprises was examined; Leading manufacturers are identified among the enterprises studied; the relationship between marketing functions as a unified system; the analysis of performance of functions of marketing activity of meat-processing enterprises of Lugansk area is carried out.

Key words: marketing, marketing functions, marketing activities, market structure, meat processing industry, marketing activities analysis, agro-industrial enterprises.

УДК 338.012

Дзюбинська Христина Миколаївна
студент

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Шашина Марина Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РІВЕНЬ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ФУНКЦІОНУЮТЬ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА ТОВАРІВ ДЛЯ ДИТЯЧОЇ ТВОРЧОСТІ

Дана стаття присвячена питанню виокремлення соціально-економічних факторів впливу на рівень виробничого потенціалу підприємств, що виробляють товари для дитячої творчості. Проаналізована природа соціально-економічної групи факторів впливу. В межах групи обґрунтовано визначені і охарактеризовані дев'ять факторів впливу на виробничий потенціал підприємств, що виробляють дитячі товари.

Ключові слова: виробничий потенціал, виробництво, дитячі товари, товари для дитячої творчості, фактор впливу, ринок.

Постановка проблеми. Сьогодні перед менеджментом виробничих підприємств часто постає питання формування і оцінки ефективності використання виробничого потенціалу. Оперування величинами кількісних і якісних параме-

трів і умов формування виробничого потенціалу дозволяє керівництву підприємства приймати ключові стратегічні рішення.

На сучасному етапі у процес дослідження і виокремлення понятійного апарату вироб-

ничого потенціалу підприємства зробили внесок значне чисельність науковців таких як О.С. Шаріпова [1], Л. М. Матросова [2], Я. В. Коротіна [2], О. В. Кленін [3], Н. М. Побережна [4], І. О. Жувагша [5], Л.М. Філіпішина [5], В.Л. Дикань [6], І.С. Пипенко [7], Н.С. Краснокутська [8], К.С. Кривякін [9] тощо. Перелічені дослідники вивчали процес формування, оцінювання та управління виробничим потенціалом підприємства, зробили вагомий внесок у виокремлення факторів впливу на його рівень, а також вивчення його структури. Проте залишаються відкритими питання оцінки ефективності управління виробничим потенціалом у окремих галузях економіки, зокрема виробництва дитячих товарів, з врахуванням специфіки функціонування в її межах.

Постановка завдання. Процес оцінки виробничого потенціалу підприємства є тривалим і включає в себе кілька етапів. В рамках даної статті буде розглянуто частина першого етапу проведення оцінки – виокремлення і аналіз соціально-економічних факторів, що впливають на виробничий потенціал суб'єктів господарювання, що провадять виробничу активність на ринку товарів для дитячої творчості. Виокремлення таких факторів дозволить підприємствам ґрунтовно підходити до розробки і застосування показників оцінки рівня виробничого потенціалу, а також сформулювати повне уявлення про те, яким чином управління виробничим потенціалом даних підприємств може здійснюватися ефективно.

Виклад основного матеріалу дослідження. В процесі аналізу факторів впливу на рівень виробничого потенціалу підприємств буде застосована, з врахуванням специфіки галузі, класифікація, що була запропонована к.е.н., доц. К.С. Кривякіним. Згідно даному джерелу, до факторів, що здійснюють вплив на виробничий потенціал підприємств, можуть бути віднесені [9, с. 12]:

- 1) за джерелом формування:
 - об'єктивно існуючі;
 - суб'єктивно існуючі.
- 2) за відношенням до підприємства:
 - зовнішні;
 - внутрішні.

3) за природою фактору:

- людський;
- інтелектуальний;
- природний;
- фінансовий;
- правовий.

4) за об'єктом впливу:

- весь господарський комплекс;
- окремий елемент господарського комплексу.

Соціально-економічні фактори, що впливають на рівень виробничого потенціалу підприємства, є зовнішніми за відношенням до підприємства і об'єктивно існуючими за джерелом формування. В сфері виробництва товарів для дитячої творчості до них можуть бути віднесені: демографічна ситуація в Україні, структура та рівень попиту на товари ринку, тенденції розвитку ринку, а також споживчі настрої громадян.

Загальна чисельність населення України станом на 2017 рік становить 42,31 млн. чоловік, приблизно 5,8 млн з них – діти у віці від 0 до 15 років. Щодня народжується близько 1255 дітей. Найвища чисельність народжених припадає на Київську, Дніпропетровську і Львівську обл. Проте дані показники, не дивлячись на їх значну абсолютну величину, свідчать про негативні тенденції для ринку дитячих товарів в контексті демографічної ситуації. Починаючи з 2006 р. спостерігається скорочення населення України на 4,19 млн. осіб, спад народжуваності тощо [10].

Сьогодні українці купляють дітям іграшки приблизно один раз на три-чотири місяці. Структура ринку дитячих товарів є наступною: одяг – 38,7%, взуття 23,3%, іграшки 14%, гігієна 6,1%, харчування 7%, інші дитячі товари 10,9% [11]. Обсяг ринку дитячих іграшок станом на 2016 р. становив приблизно 440 млн. доларів США, всього трьома роками раніше він був рівний – 400 млн. доларів. Більша частина ринку, а саме 88% зайнята імпортними товарами, в структурі імпорту переважають бюджетні китайські іграшки (близько 45% імпорту), ЄС займає 30%, Білорусія 15%, Росія 10% [12]. Цікавим є той факт, що коливання валютного курсу в Україні не призвели до зменшення частки імпортованих іграшок, змінився їх якісний склад. На ринку представлена значна частина нелегально привезених дитячих іграшок сумнівної якості, які за приблизними оцінками займають до 50%, близько 40% ринку – іграшки середньої якості, і тільки 10% – високої [12].

Ринок іграшок українського виробництва залишається слабо розвиненим, не дивлячись на той факт що його прогнозована місткість є великою. Незадоволений попит на розвиваючі іграшки, куди відносять товари для дитячої творчості, може забезпечити щорічне зростання сегменту на 25-30%. Кількість українських підприємств на ринку – близько



Рис. 1. Структура ринку дитячих товарів [11]

100, більшість з них – малі підприємства [12]. Все це визначає велику перспективу для українських підприємств, що функціонують в сфері виробництва товарів для дитячої творчості, котрі можуть виборювати собі частку ринку за рахунок нижчої ціни, ніж товари ввезені з ЄС, і вищої якості за ті, що імпортовані з Китаю.

Окрім того, привабливою є перспектива розвитку онлайн-ринку дитячих товарів. Згідно даним агентства AMP Digital Agency протягом 2016 року кількість пошукових запитів по дитячим товарам зросла на 35%, а середня вартість переходу по рекламним об'явам в Google становить приблизно 0,06 доларів США. Більша частина запитів припала на мобільні пристрої – 54%, 37% – стаціонарні комп'ютери, 8% – планшети. Причому, у порівнянні із попереднім роком, кількість запитів з мобільних телефонів зросла на 75% [13].

За даними звіту компанії Nielsen Ukraine, українці найчастіше купують через всесвітню мережу косметики (42%), товари для догляду за будинком (21%) і дитячі товари (21%). Для порівняння, у світі ці сегменти онлайн ринку займають 35%, 18% і 14% відповідно [14].

Згідно інформації, наданої мережею Google за 2014-2016 рр., більшість запитів по дитячим товарам припадає на осінній період, в особливості на жовтень-листопад місяць, що є свідченням сезонності ринку, котра співпадає з початком навчання у школі. Найнижчий обсяг запитів спостерігається у липні, з серпня має місце поживлення ринку [13].

До лідерів ринку за кількістю переходів через пошукову систему Google в Україні відносяться: antoshka.ua (1 млн. відвідувань), ranama.ua (700 тис. відвідувань), spok.ua і mamindom.ua (400 тис. відвідувань), а також mykid.com.ua (200 тис. відвідувань). Інструмент, що було використано для отримання інформації – Serpstat [13]. Всі зазначені інтернет-магазини є добре відомими, а також представлені на ринку доволі давно.

Важливим фактором впливу на розвиток ринку товарів для дитячої творчості є споживчі настрої українців. Актуальність вивчення споживчих настроїв населення полягає у тому, щоб прогнозувати активізацію споживання і заощадження серед населення. Сухі статистичні дані і економічні показники не дають повної картини про зазначені тенденції в економіці, тому на додаток до них важливо досліджувати і аналізувати споживчі настрої населення. Однією із компаній, що провадить свою діяльність у сфері вивчення споживчих настроїв українців, є GfK Ukraine. При стабілізації спо-

живчих настроїв на високому рівні спостерігається поживлення попиту, в той час як при їх зниженні має місце активізація заощадження в економіці [15].

У жовтні 2017 року спостерігалось покращення споживчих настроїв населення в Україні:

1) Індекс споживчих настроїв зріс на 3,6 пунктів у порівнянні із вереснем-місяцем (62,6 пункти на дату дослідження) [16];

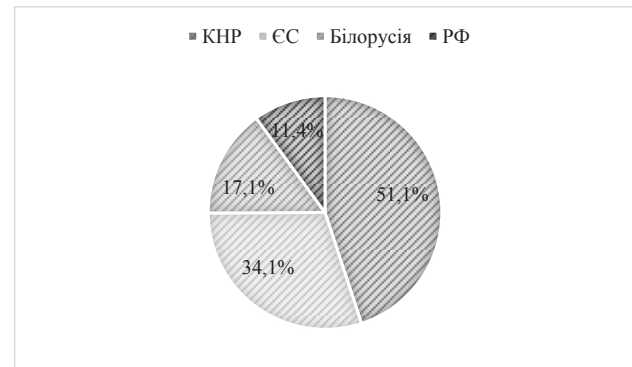


Рис. 2. Структура імпорту дитячих товарів [12]

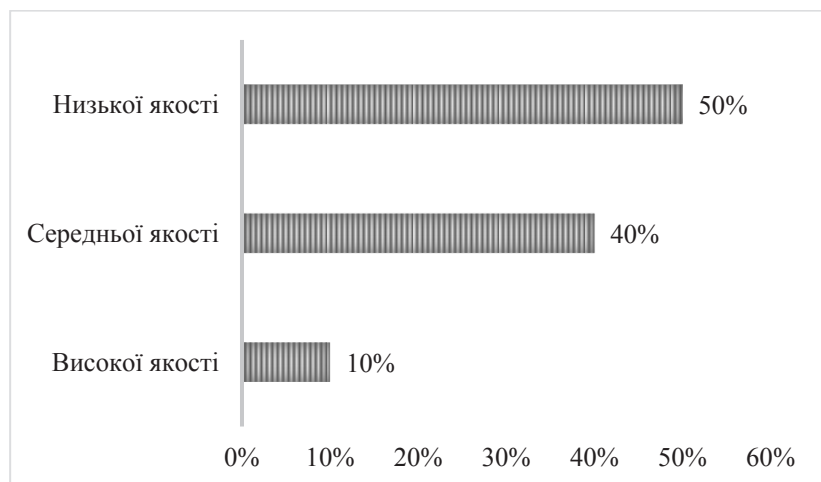


Рис. 3. Якісний склад продукції на ринку дитячих товарів України [12]



Рис. 4. Структура попиту на онлайн-ринку дитячих товарів в Україні [14]

2) Індекс поточного особистого матеріального становища зріс на 3,6 пункти (52,4 пункти на дату дослідження) [16];

3) Індекс доцільності великих покупок – зріс на 6,4 пункти (67,6 на дату дослідження) [16];

4) Індекс очікуваних змін особистого матеріального становища – збільшився на 4,7 пункти (59,4 пункти на дату дослідження) [16];

Індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих 5 років – зріс на 4,1 пункти (74,1 пункти на дату дослідження) [16]. Отже, в Україні сьогодні спостерігається підвищення споживчих настроїв населення, що в майбутньому опиниться позбавленням попиту на різні товари та послуги. Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, на величину виробничого потенціалу підприємств в Україні впливають такі соціально-економічні фактори як:

1) Чисельність населення та міграційні тенденції;

2) Чисельність дітей віком до 16 років;

3) Рівень народжуваності;

4) Обсяг та структура ринку дитячих товарів;

5) Співвідношення імпортих і вітчизняних товарів;

6) Валютні коливання в країні;

7) Стрімкий розвиток онлайн-ринку товарів для дітей;

8) Сезонність ринку товарів для дитячої творчості;

Покращення споживчих настроїв населення. Причому, соціальна група, що визначена першими 3 факторами, генерує негативний вплив на виробничий потенціал зазначених підприємств, оскільки демонструє стабільне і тривале скорочення окремих показників. В той же час, більшість економічних факторів відкривають перспективи для розвитку виробництва серед українських підприємств за рахунок зростання попиту на дитячі товари вітчизняного виробника.

Література:

1. Шаріпова О.С. Формування підходу до оцінки стану виробничого потенціалу інтегрованого підприємства при виборі стратегії розвитку / О.С. Шаріпова // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2013 – № 3(47). – С. 51-56. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/formuvannya-pidhodu-do-otsinki-stanu-virobnichogo-potentsialu-integrovanogo-pidприємства-pri-vibori-strategiyi-rozvitku>
2. Матросова Л.М. Аспекти антикризового управління виробничим потенціалом металургійних підприємств / Л.М. Матросова, Я.В. Коротина // Економічний вісник Донбасу. – 2008. – С. 90-96. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/aspekti-antikrizovogo-upravlinnya-virobnichim-potentsialom-metallurgiynih-pidприємств>
3. Кленін О.В. Виробничо-господарський потенціал металургійних підприємств: Перспективні напрями підвищення / О.В. Кленін // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 3(21). – С. 4-9. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/virobnicho-gospodarskiy-potentsial-metallurgiynih-pidприємств-perspektivni-napryami-pidvischennya>
4. Побережна Н.М. Формування алгоритму оцінки виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / Н.М. Побережна // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 1. – С. 161-165.
5. Філіпішина Л.М. Особливості оцінки виробничого потенціалу промислових підприємств / Л.М. Філіпішина, І.О. Жувагіна // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 1. – С. 146-149. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-otsenki-proizvodstvennogo-potentsiala-promyshlennyh-predpriyatiy>
6. Дикань В.Л. Развитие промышленного потенциала украинских предприятий / В.Л. Дикань // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – № 46. – С. 136-142. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/rozvitok-promislovogo-potentsialu-ukrayinskih-pidприємств>
7. Пипенко И.С. Формирование системы показателей оценивания потенциала предприятия / И.С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу. – 2015. – № 25. – С. 100-111. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/formuvannya-sistemi-pokaznikov-otsinyuvannya-potentsialu-pidприємства>
8. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. / Н.С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
9. Кривякин К.С. Факторы, оказывающие влияние на производственный потенциал предприятия [Електронний ресурс] // е-журнал «ЕКОНОМИНФО». – 2007. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-okazyvayushchie-vliyanie-na-proizvodstvennyy-potentsial-predpriyatiya>
10. Інтернет-збірник даних про соціально-демографічні процеси у світі [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – Countrymeters, 2017. – Режим доступу: <http://countrymeters.info/ru/Ukraine>
11. Сервіс візуальної репрезентації даних [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – Infogram Software, Inc., 2017. – Режим доступу: <https://infogram.com/10-tendencij-rozvitku-rinku-dityachih-magaziniv-1gvev2v1lxx2njx>
12. Інтернет-клуб «Мій Бізнес» [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – Київ: Райффазен Банк Аваль, 2017. – Режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=25077>
13. Портал про роздрібну і інтернет-торгівлю Retail Community [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – retailers.ua, 2014-2017. – Режим доступу: <http://retailers.ua/news/spetsproektyi/6318-kak-razvivaetsya-rynok-detskih-tovarov-v-e-commerce>
14. Мультимедійна платформа іномовлення України Укрінформ [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – Укрінформ, 2015-2017. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2343161-najcastise-v-interneti-ukrainci-kupuut-kosmetiku-tovari-dla-budinku-ta-ditej-eksperti.html>
15. Офіційна сторінка GfK Ukraine [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – GfK, 2017. – Режим доступу: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/proposals-2017/Consumer_Confidence_2017_GfK_proposal_UA.pdf, с. 2-3.
16. Офіційна сторінка GfK Ukraine [Електронний ресурс]: [Веб-сайт]. – Електронні дані – GfK, 2017. – Режим доступу: <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/press-release/cci-oct-2017/>

Дзюбинская Кристина Николаевна

студент

Национального технического университета Украины

«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

Шашина Марина Владимировна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры экономики и предпринимательства

Национального технического университета Украины

«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА УРОВЕНЬ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ, ФУНКЦИОНИРУЮЩИХ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕТСКОГО ТВОРЧЕСТВА

Аннотация

Данная статья посвящена вопросу выделения социально-экономических факторов влияния на уровень производственного потенциала предприятий, производящих товары для детского творчества. Проанализирована природа социально-экономической группы факторов влияния. В рамках группы обоснованно определены и охарактеризованы девять факторов влияния на производственный потенциал предприятий, производящих детские товары.

Ключевые слова: производственный потенциал, производство, детские товары, товары для детского творчества, фактор влияния, рынок.

Dziubynska Khrystyna

student at the Department of Economics and Entrepreneurship

The National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Shashyna Maryna

PhD, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship

The National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

SOCIAL AND ECONOMIC FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF PRODUCTION POTENTIAL OF ENTERPRISES WORKING IN PRODUCTION OF GOODS FOR CHILDREN'S CREATIVITY

Summary

This article is devoted to the issue of identifying socio-economic factors affecting the level of production potential of enterprises that produce goods for children's creativity. The article analyzes the nature of the socio-economic group of factors and identifies nine factors affecting the level of production potential in Ukraine.

Key words: production potential, production, children's goods, goods for children's creativity, factor, market.

Жицька Ірина Василівна

студентка

Національного університету харчових технологій

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ В УКРАЇНІ

У статті досліджено стан хлібопекарської промисловості на сучасному етапі розвитку, проаналізовано основні тенденції розвитку, запропоновано напрями удосконалення та шляхи їх вирішення.

Ключові слова: хліб, хлібопекарська промисловість, харчова індустрія, хлібобулочні вироби, виробництво, ринок хліба та хлібобулочних виробів.

Постановка проблеми. Хліб і хлібобулочні вироби традиційно займають особливе місце в структурі вітчизняного споживання. Хліб – один з основних продуктів харчування людини. За рахунок хлібобулочних виробів людина покриває потреби організму у необхідних речовинах. Враховуючи важливе значення харчової промисловості в економічному і соціальному зростанні суспільства загалом, а також соціальну і стратегічну роль хлібопекарства зокрема, важливим та актуальним завданням стає своєчасне виявлення проблем у промисловості та визначення шляхів їх вирішення з метою забезпечення подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності виробництва. Все це зумовлює необхідність ретельного аналізу стану та перспектив розвитку ринку хліба та хлібобулочних виробів України.

Питаннями розвитку хлібопекарства України присвячені праці таких науковців як Л. І. Баранівська, О. М. Васильченко, Є. В. Єрмаков, В. Макаренко, О. А. Опря, С. В. Петруха, П. Т. Саблук та ін.

Мета статті. Огляд сучасного стану та аналіз тенденцій розвитку хлібопекарської промисловості України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні ринок хліба і хлібобулочних виробів наповнений продукцією від різних виробників та в широкому асортименті. Основними гравцями ринку були визначені такі компанії, як: «Київ-хліб», «Хлібні інвестиції», «Кулиничі», «Група Lauffer», «Формула смаку», «Концерн Хліб-пром» тощо. Сумарна частка інших виробників становила 48,1% [5]. Структура ринку 2015 р. за асортиментом продукції мала такий вигляд: «Хліб пшеничний» (38,6% від загального обсягу ринку), «Хліб житньо-пшеничний і пшенично-житній» (30,3%), «Вироби булочні» (21,0%), «Вироби здобні» (4,9%), «Вироби сухі або тривалого зберігання» (2,5%), «Пироги, пиріжки, пончики» (1,8%). Загальна частка інших видів хлібної продукції становила 0,9% [5]. За останні роки у населення України збільшується інтерес до хліба нетрадиційних сортів: хліба, виготовленого за національними рецептами; продукції, збагаченої мінералами і корисними продуктами. Такі вироби є значно дорожчими, тому обсяги продажів є досить незначними. Проте прогнозування показує збільшення частки. Найбільше хлібопекарської продукції виробляється в таких областях як Дніпропетровська (171,1 тис. т), Донецька (105,9 тис. т), Київська (95,2 тис. т), Харківська (94,8 тис. т), Запорізька (65 тис. т) За даними

досліджень можна стверджувати про суттєве зменшення обсягів виробництва.

Хліб вважається один із найбільш важливих продуктів першочергового значення. Одним із інструментів такого регулювання виступають державні та галузеві цільові програми, які повинні забезпечувати гармонійний розвиток галузі за рахунок підтримки діяльності підприємств-виконавців таких програм. Однак практика показує, що такі програми лише формально декларують цілі та завдання. Насправді загальний напрям політики у цій сфері суперечить офіційно затвердженій меті та логіці реалізації програм.

З початку 2015 р. ціни на хлібопекарську продукцію підвищились більше ніж на 34%, що було зумовлено низкою факторів, а саме: ростом цін на сировину, тарифів на енергоносії, високим рівнем зносу устаткування [3]. Структура витрат на виробництво хлібопекарської продукції сьогодні така: борошно займає до 50% собівартості, енергоносії, газ і електроенергія – від 4–5% до 12–15% залежно від підприємства, заробітна плата – 5–7%. Такі складники і формують ціну продукції хлібопекарських підприємств [3]. Варто також зазначити, що з початку року борошно вищого ґатунку подорожчало з 4 200 до 8 000 грн./т. Якщо собівартість борошна збільшується у виробництві хліба на 2%, то автоматично в пекарів є економічні підстави підвищити ціни на 1%. Зростання цін на борошно за два місяці становило 90%. Індекс споживчих цін у цей час становить 20,3%, зокрема на продукти харчування – 27,9%, у т. ч. на хліб – 34,1%, рослинне масло – 53%, цукор – 55,3% [3].

В Україні функціонує велика кількість хлібопекарських підприємств різного розміру і форми власності, які конкурують між собою на регіональних ринках.

Особливо чутливими до коливань ціни є соціально незахищені верстви та населення із низьким рівнем доходів.

Відбувається значне зниження обсягів виробництва, основними мотивами зниження обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів є демографічний спад населення України, зростання виробництва хліба міні-пекарнями та супермаркетами, обсяг випуску яких не обліковується, зміни смаків споживачів внаслідок переорієнтації споживачів на інші продукти-замінники.

Споживання хліба прямо залежить від національних традицій споживання, чисельності населення, його демографічного складу, а також враховує міграційні процеси, соціальний

стан суспільства. Але показники останніх років вказують на різку тінізацію економіки, в тому числі й у виробництві хліба. Якщо брати розрахункову норму споживання хліба, а це згідно постанови КМУ від 14.04.2000р. № 656 «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» 101 кг хліба на рік, то щорічно в Україні споживається приблизно 3,5-4,0 млн. тонн хліба. Це підтверджується і даними щорічного балансу попиту та пропозицій зерна Міністерства аграрної політики і продовольства України. Співвідношення у виробництві хліба 37% на 63% на користь «тіньового» сегменту економіки.

Однією з найбільш актуальних проблем хлібопекарської промисловості є фізичний та моральний знос обладнання. Це обладнання витрачає на виготовлення продукції більше енергозатрат, ніж сучасне. Заміна хлібопекарських печей на нові енергоощадні печі – першонеобхідне завдання виробників хліба та хлібобулочних виробів.

Враховуючи загальний стан та основні тенденції розвитку хлібопекарської промисловості, можна визначити за необхідне розвиток та підтримка на відповідному рівні нормативно-правового забезпечення підприємства, як одного з

напрямків поліпшення та удосконалення виробничого процесу.

Сьогодні правове регулювання підприємництва здійснюється численними нормативно-правовими актами як загального, так і спеціального характеру.

Однак уповільнення темпів зростання кількості суб'єктів підприємництва, кількості зайнятих на них свідчить про недостатність і недосконалість нормативно-правової бази розвитку підприємництва, яка має бути першоосновою, фундаментом (базою – у повному розумінні цього слова) формування та розвитку суб'єктів підприємницької діяльності.

Правова база підприємницької діяльності – це сукупність законів, нормативних та інструктивних документів, які визначають порядок створення підприємств, реєстрацію фізичних осіб – підприємців, їх правові та організаційні форми, порядок організації виробництва, забезпечення його необхідними ресурсами, збут, систему оподаткування, відносини між державою та підприємцями, суб'єктів підприємницької діяльності між собою, а також які дають підприємцям певні правові гарантії.

Формування правової бази підприємництва – найголовніша передумова його становлення та розвитку. Законодавство у сфері підприємництва

Таблиця 1.1

Нормативно-правові акти, що регулюють діяльність суб'єкта господарювання

Назва нормативно-правового акту	Що регулює в діяльності
Конституція України	Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монополією становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом.
Господарський кодекс України	Визначає основні засади господарювання і регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання.
Закон України «Про господарські товариства»	Визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності, а також права і обов'язки їх учасників та засновників.
Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців»	Цей Закон регулює відносини, які виникають у сфері державної реєстрації юридичних осіб, а також фізичних осіб-підприємців.
Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»	Визначає порядок ліцензування, встановлює державний контроль у сфері ліцензування, відповідальність суб'єктів господарювання та органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування.
Закон України «Про інвестиційну діяльність»	Визначає загальні правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності на території України.
Закон України «Про хліб та хлібопечення»	Визначає правові та організаційні основи забезпечення належної якості і безпеки хліба та хлібобулочних виробів для життя, здоров'я населення і довкілля під час їх виробництва, переробки, пакування, транспортування, зберігання та реалізації, а також вивезення із митної території України.
Закон України «Про цінні папери і фондову біржу»	Регулює відносини, що виникають під час розміщення, обігу цінних паперів і провадження професійної діяльності на фондовому ринку, з метою забезпечення відкритості та ефективності функціонування фондового ринку.
Закон України «Про податок на додану вартість»	Визначає платників податку на додану вартість, об'єкти, базу та ставки оподаткування, перелік неоподатковуваних та звільнених від оподаткування операцій, особливості оподаткування експортних та імпорتنих операцій, поняття податкової накладної, порядок обліку, звітування та внесення податку до бюджету.
Закон України «Про ціни і ціноутворення»	Визначає основні засади цінової політики і регулює відносини, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення.

Джерело : складено автором на основі нормативно-правових документів

має становити єдину систему як за взаємною узгодженістю норм, так і за цілісністю самого нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності.

Світовий досвід показує, що для успішного розвитку підприємництва необхідно створити правову базу його функціонування, забезпечити належним чином юридичне закріплення прав та постійне правове забезпечення з боку держави, що гарантує захист законного функціонування підприємництва, сприяє його розвитку. Міжнародна практика господарювання доводить, що підприємство не може існувати без чітких та ефективних законодавчих актів.

Тому формування сприятливих умов для ведення підприємницької діяльності неможливе без прийняття та реальної дії таких законів, які б чітко визначали умови здійснення підприємницької діяльності.

Як приклад, розглянемо основні внутрішні та зовнішні документи регламентації діяльності ТОВ «Білоцерківський хлібокомбінат».

Беручи до уваги велику кількість існуючих зовнішніх нормативно-правових актів, якими регламентує свою діяльність ТОВ «Білоцерківський хлібокомбінат», виділимо з них найголовніші.

- Укази і розпорядження Президента України.
- Постанови і рішення Кабінету Міністрів України, міністерств та відомств.
- П(С)БО: 15;16; 18; 30; 31.
- МСФЗ 2; 6; 9;11; 18; 23.
- Кодекси України.
- Методичні рекомендації, інструкції, вказівки.
- Положення, порядок.
- Листи, роз'яснення.
- Плани рахунків бухгалтерського обліку.
- Форми фінансової звітності.

Розглянемо зовнішні нормативно-правові акти, що регулюють діяльність суб'єкта господарювання(таблиця 1.1).

Відмітимо, що всі вищезазначені документи є обов'язковими для виконання. Також, доречним,

на нашу думку, є розгляд внутрішньо-організаційних документів, які регулюють саме діяльність всього персоналу підприємства та мають значення як для самого підприємства як суб'єкта підприємницької діяльності, так і для його працівників. Розглянемо внутрішні організаційні документи ТОВ «Білоцерківський хлібокомбінат» в таблиці 1.2.

Отже, можна зробити висновки, що на підприємстві існує адміністративне управління в достатньо повному обсязі. Хоча можна рекомендувати напрямки поліпшення нормативно-правових актів і щодо обліку та контролю витрат і доходів підприємства, вважаємо, необхідно зробити наступні кроки:

- провести повну інвентаризацію всіх нормативно-правових актів України, пов'язаних з обліком і контролем витрат та доходів з метою виявлення дублювання й неузгодження положень цих актів та неврегульованих ситуацій;
- організувати та щомісячно (щоквартально) оновлювати довідково-інформаційну базу підприємства з питань обліку, контролю, оподаткування, в тому числі щодо витрат і доходів;
- бухгалтерам, контролерам-ревізорам, аудиторам, науковцям, що постійно працюють з нормативно-правовими актами, які стосуються обліку та аудиту проводити робочі нотатки виявлених ними суперечностей, неув'язок згаданих вище актів та висловлювати свої висновки і пропозиції у фахових бухгалтерських виданнях «Баланс», «Все про бухгалтерський облік», «Бухгалтерський облік і аудит», «Бухгалтерія», «Бухгалтер», «Бухгалтерія і сільському господарстві», «Галицькі контракти», «Дебет-Кредит» тощо; під час проведення наукових і науково-практичних конференцій, семінарів, робочих нарад і т.д.

Таким чином, належне нормативно-правове забезпечення є важливою умовою ефективної роботи. Без такого забезпечення підприємство приречене на значні штрафи, пені та, в кінцевому результаті, на банкрутство.

Таблиця 1.2

Внутрішні організаційні документи суб'єкта господарювання

Назва документу	Що регулює в діяльності
Статут підприємства	Підприємство діє на підставі власного статуту, тобто певного зібрання обов'язкових правил, що регулюють її індивідуальну діяльність, взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання.
Організаційна структурна схема управління	Склад і співвідношення його внутрішніх ланок (цехів, ділянок, відділів, лабораторій та інших підрозділів), що становлять єдиний господарський об'єкт.
Штатний розпис	Документ, що встановлює для даного підприємства, штати та посадові оклади працівників.
Положення про структурні підрозділи	Локальний нормативний акт підприємства, який встановлює порядок створення підрозділу, його завдання, функції, права та обов'язки, організацію роботи, взаємовідносини з іншими підрозділами.
Посадові інструкції	Посадова інструкція є кадровим документом, в якому визначено конкретні завдання та обов'язки працівника, його права та відповідальність.
Правила внутрішнього трудового розпорядку	Локальний нормативний акт, який регламентує організаційно-правові аспекти трудових взаємовідносин роботодавця та працівників від дня укладання трудового договору до дня припинення трудових відносин.
Положення про процедуру мотивування діяльності персоналу	Регламентує правила, норми, принципи щодо заохочення діяльності робітників підприємства.
Положення про діловодство	Правила встановлюють єдині вимоги щодо створення управлінських документів і роботи зі службовими документами, а також порядок їх архівного зберігання.

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки, що ринок хліба та хлібобулочних виробів в Україні характеризується досить високою конкуренцією, яка з часом стає все більш значущою. Хлібопекарські підприємства мають досить широкий асортимент виробів, який має тенденції до зростання позицій. Попит на хлібопекарську продукцію є стабільним, але постійно скорочуються

обсяги промислового виробництва. В сучасних ринкових умовах господарювання потрібно проводити аналіз та оцінку платоспроможності населення на хлібопекарську продукцію, а також необхідно підняти питання, щодо забезпечення діяльності хлібопекарських підприємств необхідними ресурсами за прийнятними цінами та удосконалювати цінову політику, яка враховуватиме інтереси споживачів і виробників.

Література:

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.2000р. № 656 «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Белік В. Стан і проблеми хлібопекарської промисловості України / В. Белік // Техніка АПК. – 2012. – № 4-5. – С. 11-13.
3. Інформація про підсумки роботи підприємств хлібопекарської галузі, виконавчого апарату Об'єднання «Укрхлібпром» та ЦВТЛ у 2012 році // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrhlibprom.org.ua/ua/novini/richnij_zvit_2012.html
4. Карнаушенко Л.І. Шляхи розвитку хлібопекарської промисловості України / Л.І. Карнаушенко // Зернові продукти і комбікорми. – 2011. – № 1. – С. 17-19.
5. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
6. Сичевський М.П. Стан та пріоритетні напрямки розвитку харчової промисловості в Україні / М. П. Сичевський // Економіка АПК. – 2012. – № 1. – С. 38-40.

Жицкая Ирина Васильевна

студентка

Национального университета пищевых технологий

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ХЛЕБА И ХЛЕБОБУЛОЧНЫЙ ИЗДЕЛИЙ В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье исследовано состояние хлебопекарной промышленности на современном этапе развития, проанализированы основные тенденции развития, предложены направления совершенствования и пути их решения.

Ключевые слова: хлеб, хлебопекарная промышленность, пищевая промышленность, хлебобулочные изделия, производство, рынок хлеба и хлебобулочных изделий.

Zhytska Iryna Vasylivna

Student

National University of Food Technology

RESEARCH OF THE BREAD AND BAKERY MARKET IN UKRAINE

Summary

The article analyzes the state of the baking industry at the present stage of development, analyzes the main tendencies of development, proposes directions of improvement and ways of their solution.

Key words: bread, bakery industry, food industry, bakery products, production, bread market and bakery products.

Zhmai Aleksandr Vladimirovich

Senior Lecturer of Economics and Management Department
Odessa I.I. Mechnikov National University

Sorokova Tatyana Evgenevna

Student of the specialty "International Management"
Odessa I.I. Mechnikov National University

THE ANALYSIS OF MODERN APPROACHES FOR DETERMINING THE LEVEL OF EMOTIONAL INTELLIGENCE (EQ)

The article deals with the concept of emotional intelligence and various methods of its evaluation. Here you will find the studies of the concept of emotional intelligence overall, as well as its components. Approaches to the evaluation and measurement of emotional intelligence level and its individual elements are considered. The comparative characteristics of various practical methods of measuring this indicator are given and as well as recommendations for obtaining the maximum amount of information necessary to get the objective results according to these methods.

Keywords: emotional intelligence (EQ), intellect, interpersonal relations, psychological intelligence, information perception, intrapersonal traits, character, empathy, emotions, self-motivation, management, self-management.

Description of problem in general. Nowadays people often talk about emotional intelligence. The need to develop emotional intelligence has been repeatedly proven by scientists and by various examples in everyday life as well as in business.

It is obvious that an individual whose level of emotional intelligence is higher perceives reality more adequately and interacts with it much more effectively. This can be applied to almost all kinds of communication – both interpersonal and social; subjective and objective experiences; abstract and concrete concepts. Thus, emotional intelligence has become one of the main tools for managing the business that helps in building effective communication and interactions.

Analysis of recent researches and publications.

This concept was introduced in scientific use by P. Salovey and J. Mayer. Firstly, concept of emotional intelligence arose in 1990. Since then, different authors have interpreted this concept in completely different ways. By the definition of J. Meyer, P. Salovey and D. Caruso, it is a group of mental abilities that contribute to awareness and understanding of one's own emotions and the emotions of others.

The idea of emotional intelligence developed from the concept of social intelligence, which was developed by Edward Thorndike, Joy Guildford and Hans Eysenck [1]. In the development of cognitive science during the certain period of time, too much attention was paid to the information, "computer-like" models of intelligence, and the component of senses in thinking was generally neglected.

Statement of the task. Nowadays various approaches and techniques for analyzing the level of emotional intelligence exist. At the same time, it should be noted that both indicators and sources for their definition differ depending on a particular concept. Therefore, it is extremely important to trace the interdependence of different approaches in order to determine a person's ability to work with emotions and feelings.

Main materials of the study. Emotionality Quotient (EQ) is a relatively recent indicator of a person's emotional development, used as an alternative to the IQ, or more precisely, as an addition to

the latter, since these two indicators are not clearly related. According to many psychologists, high EQ in life is much more important than high IQ [2].

Emotional intelligence (English Emotional intelligence, EI) is the ability to understand effectively the emotional aspect of life: to recognize emotions and emotional subtext of relationships, to manage their emotions in problem solving related to relationships and behavior.

Perception of information happens through sensory systems. At the same time, key areas of brain act first, and then reactions of the vegetative, nervous, muscular and other systems proceed. Interaction with information, with our inner "me" and the world around us is built according to the degree of development of key drivers of emotional intelligence, such as awareness, self-esteem, motivation and adaptability.

These drivers actually contain the basic personality traits, but they are not unchangeable and can develop.

Each driver can be uncovered through four skills:

1. awareness through awareness of own thoughts and emotions, own body and behavior;
2. Self-evaluation through positive perception of the world, acceptance and assertiveness (a person's ability to be independent in face of external influences and assessments, to regulate his own behavior independently and to be responsible for it);
3. Motivation through the desire for self-actualization and determination, as well as through the open perception of new, strong goal-setting and objective dealing with failures;
4. adaptability through conscious empathy to another person – empathy, stress-resistance, decision-making and communication skills.

In general, there are two main approaches how to evaluate EI. Both of them are disputable, as some scientists support one method and consider it to be the one true, while others prefer other. Critics of "objective" tests, including tasks with only one exceptionally correct answer, compared to traditional tests of intelligence, note that the main weakness of this approach is the absence of convincing basis to determine the correct answer.

We can not be sure that we have chosen exactly what we need. There is no certainty that the chosen answer fully reflects the real state of things[3].

For example, how can we conclude what emotions are experienced by the character of the story or the person in the photo or drawing? In order to receive answers to these questions, following approaches are proposed:

1) expert evaluations (but many authors argue that there is no convincing options in selection of experts in a particular field – since there are no criteria for assessing “awareness”);

2) evaluations of majority (but this contradicts the idea of intelligence tests and abilities, especially in the case of complex tasks, which only a small part of the interviewed should cope with);

3) the opinion of taskdevelopers, such as actors who simulate emotions when creating a test material, or artists who create images with different emotions (but there is a doubt that actors or artists depict emotions accurately. Moreover there is a high chance that they they exaggerate and stereotype emotions, which reduces the validity of test materials, or expresses their own emotional expression rather than an objective image of the emotional state of people in general).

The problem of choosing the right answer remains and different methods of the same test often produce controversial results.

Another approach to measuring EQ is to use questionnaires with open answers. Its main drawback is the high reliance on self-reporting, which contradicts the attempt to measure EI as one of intellectual abilities types. One of the problems using EQ questionnaires is that they tend to be weakly correlated with intellectual tests and are much more close to personalized questionnaires. Because of these critics suggest that EQ questionnaires measure personal interests and inclinations of a person rather than a combination of personal traits.

A more detailed analysis of the psychometric and psychological aspects of the techniques that represent these two approaches to the measurement of EQ shows that they are weakly correlated with each other, and the patterns of their correlations with techniques that measure other constructs do not coincide adequately. Unfortunately, the process of correlating and interacting between them has not been developed. Consequently, we can assume that these two types of techniques measure either quite different concept or different sides of EQ. It seems that in this situation it is better to use different methodological approaches in practice of evaluating the EQ level in order to get full picture [4].

Several multi-scale tests have been developed. Most of them are commercial products used in training and development programs of emotional intelligence. The majority of them are developed abroad, in post-USSR country this direction is not so popular among researchers and developers of psychodiagnostic methods. As a result these tests are commonly used when appointing employees to posts, scheduling staff, hiring. Many companies now include these tests into a mandatory interview program.

The most widely used technique is M. Hall, which was presented by E.P. Iliin. The methodology was proposed to identify the ability of understanding the personal relationships, represented in emotions, and the control of the emotional sphere through decision-making. It consists of 30 statements and contains 5 scales:

- emotional awareness;
- managing your emotions (emotional easiness, emotional changeability);
- self-motivation (emotional management, except paragraph 14);
- empathy;
- recognition of other people's emotions (the ability to influence the emotional state of other people).

Levels of partial emotional intelligence in accordance with the results:

- 14 and more – high;
- 8-13 – medium;
- 7 or less – low.

Integrative level of emotional intelligence with allowance to the dominant sign is determined by the following quantity indicators:

- 70 and more – high;
- 40 – 69 – medium;
- 39 and less – low.

Answering each statement includes a 6-point scale: from -3 – “completely disagree” to +3 – “totally agree”. However, there is some discrepancy in the meaning of the scales. We consider the management of our emotions as emotional flexibility, self-motivation – as the arbitrary management of their emotions, the recognition of other people's emotions – as the ability to affect the emotional state of others. Also it is important to point out the lack of any information on the psychometrics of this test, both while creating and translating it. So it is impossible to consider this technique as an adequate and valid mean of measuring emotional intelligence. Taking it into account it is a great surprise why it still is so widely spread and used everywhere [5].

The second extremely popular technique is the test of Emin D. Lucin based on his own model of emotional intelligence. Emotional intelligence is defined as the ability to understand and to manage one's own and others' emotions. Both the ability to understand and the ability to control emotions can be directed to one's own emotions and the emotions of other people. Thus, the author introduces the concept of intrapersonal and interpersonal emotional intelligence, which involves the actualization of different cognitive processes and skills that must be related to each other. In fact, the definition proposed by D. Lucin, echoes the model of H. Gardner, who believed that emotional intelligence is a part of social intelligence. Personal intelligence is divided into interpersonal and intrapersonal, which involves knowledge of oneself as well as others.

The author of this technique based his research on the definition of emotional intelligence as the ability to understand and manage emotions, both by himself and by the others. It seems that emotional intelligence is best to be interpreted as a cognitive ability and not to include personality

traits that can contribute to better or worse understanding of emotions, but are not themselves the components of EI. An analogy with personality traits is relevant here, which can influence the test results of general intelligence (for example, perseverance, optimism), but nevertheless do not get into the structure of intellectual abilities.

According to this model, a test consisting of 40 questions with answers on a 4-point scale, which are grouped into 6 factors, is proposed [6]:

1. Interpersonal emotional intelligence:

1. Scale M1. Intuitive understanding of other people's emotions,

2. Scale M2. Understanding of other people's emotions through expression,

3. Scale M3. General ability to understand other people's emotions.

2. Intrapersonal emotional intelligence:

1. Scale B1. Awareness of your emotions,

2. Scale B2. Managing your emotions,

3. Scale B3. Control of expression.

Description of main scales and subscale in questionnaire Emin:

• Scale MEI (interpersonal EI). Ability to understand other people's emotions and manage them.

• Scale VEI (intrapersonal EI). Ability to understand and manage their own emotions.

• Scale EU (understanding of emotions). Ability to understand their own and others' emotions.

EM scale (emotion management). Ability to manage their own and others' emotions. Subscale MP (understanding of other people's emotions). Ability to understand the emotional state of a person on the basis of external manifestations of emotions (facial expressions, gestures, sounding of the voice) and / or intuitively; sensitivity to the inner states of other people. Subscale MU (management of other people's emotions). The ability to cause emotions of other people, reduce the unwanted emotions. Perhaps, a tendency to manipulate people. Subscale VP (understanding your emotions). Ability to realize their emotions: recognition and identification, understanding of its causes, the ability of verbal description. Subscale of VU (control of your emotions). Ability and need to manage their emotions, to cause and to maintain desired emotions and to have undesirable under control. Subscale CE (control of expression). Ability to control the external manifestations of their emotions.

To count the scores, the test subjects are coded according to the following scheme. For statements with a direct key: "completely disagree" – 0, "rather disagree" – 1, "rather agree" – 2, "completely agree" – 3; for statements with the reverse key: "completely disagree" – 3, "rather disagree" – 2, "rather agree" – 1, "completely agree" – 0. Values on the scales of MEI and VEI are obtained by simply summing the corresponding subscales:

$$MEI = MP + MU; \quad (1)$$

$$VEI = VP + VU + VE \quad (2)$$

Another method of summing the subscale gives two more scales – PE and UE:

$$PE = MP + VP; \quad (3)$$

$$UE = MU + VU + VE \quad (4)$$

The proposed model of emotional intelligence fundamentally differs from mixed models because its structure does not include personal characteristics that are correlated to the ability to understand and manage emotions. It is allowed to introduce only personal characteristics that directly affect the level and individual characteristics of emotional intelligence.

Nevertheless, this technique can not be attributed to the models of abilities because this questionnaire is based on a self-report. The work on standardization and study of psychometric indicators of this test are going on, so it is difficult to state the reliability and validity of this technique. On the other hand, D. Lyusin is working to create a new version of the test, which will have an added scale that measures the ability to control other people's emotions, is trying to clarify the content of scales to increase their reliability, and continues to collect data necessary to verify the validity of the questionnaire.

Additionally there is the Model R. Bar-On (ESI), which gives a very broad interpretation of the concept of EQ. Israeli psychologist Ruven Bar-On is one of the leading theoreticians and researchers in the field of emotional intelligence. He has introduced the concept of the emotional coefficient – the level of measurement of emotional intelligence. He defines EQ as all non-cognitive abilities, knowledge and competence that enable person to successfully cope with various life situations. Bar-On outlined five spheres of competence that can be identified with the five components of EQ; Each of these components consists of several subcomponents [7]:

1. Self-knowledge: awareness of your emotions, self-confidence, self-esteem, self-actualization, independence.

2. Skills of interpersonal communication: empathy, interpersonal relationships, social responsibility.

3. Ability to adapt: problem solving, connection with reality, flexibility.

4. Management of stressful situations: resistance to stress, control over impulsiveness.

5. Prevailing mood: happiness, optimism.

R. Bar-On developed a questionnaire for measuring emotional intelligence, called EQ-i consisting of 133 statements. This questionnaire consists of 15 measurement scales of abilities corresponding to the subcomponents stated above, which, when brought in order, will allow a person to feel happy. The basis for the proposed model is author's professional experience and analysis of literature, but there is no empirical evidence that could confirm the legitimacy of allocation of these subcomponents.

In 1990 P. Salovey and J. Meyer proposed their model of emotional intelligence by publishing an article on this topic. They proposed a formal definition of emotional intelligence as a set of skills related to an accurate assessment of their own and other people's emotions, as well as the expression of their emotions, the use of emotions and the effective regulation of their own and others' emotions. According to this it is suggested that emotional intelligence consists of the following categories of adaptive abilities [8]:

1. Evaluation and expression of emotions:
 1. Evaluation and expression of their emotions:
 1. Verbal
 2. Nonverbal
 2. Evaluation of other people's emotions:
 1. Nonverbal perception
 2. Empathy
2. Regulation of emotions:
 1. Own
 2. Others
3. Use of emotions in thinking and activity:
 1. Global planning
 2. Creative thinking
 3. Redirection of attention
 4. Motivation

By 1997, John Meyer and Peter Salovey completed and expanded their model of emotional intelligence. In the revised model, the emphasis is placed on the cognitive component of emotional intelligence associated with the processing of information about emotions. Also in this model has appeared a component associated with personal and emotional growth. In the light of these changes, the notion of emotional intelligence got a new definition: the ability to process information contained in emotions: to determine the meaning of emotions, their connections with each other, to use emotional information as the basis for thinking and making decisions.

The methodology consists of 8 sections. Each component of the emotional intelligence model of J. Mayer, P. Salovey and D. Caruso has 2 sections [8]. I. Perception, evaluation and expression of emotions or identification of emotions – section A (measurement of the perception of faces) and E (measurement of perception of pictures). II. Using emotions to increase the efficiency of thinking and activity – Section B (measures the ability to assimilate your current experience, describe your feelings for a particular person) and F (measures a person's ability to describe their emotional states). III. The understanding and analysis of emotions – section C (the under-

standing of emotional changes during the time, as well as the understanding of how emotions are connected with each other) and G (measurement of the ability to distinguish between mixed and complex feelings). IV. Conscious management of emotions for personal growth and improvement of interpersonal relationships – section D (managing your emotions) and H (managing emotions of other people). The interviewee were asked to present themselves as the participants of story proposed to them and to evaluate options for further action.

Drawing a parallel between the first two tests, we want to point out their common characteristics.

The MP scale – the understanding of other people's emotions from the test Lucina correlates directly with graph 5 of the Hall test – the recognition of the emotions of other people. It can also be correlated with graph 4 – empathy, that is, the ability to put yourself in the place of another person. Here, both authors include understanding the emotional state of another person intuitively or according to emotions expressed and the ability to apply the emotions of another person to themselves.

The MU scale has reflections in the Hall test in column 5, since the author considers recognizing the emotions of other people more likely through the ability to influence the emotional state of others.

The VU scale – managing their emotions and VE – control of expression are reflected in the second column of the Hall – managing their emotions. This ability is to control and stimulate the positive, thereby suppressing the negative, taking their external manifestation under control.

The first column of the Hall – emotional awareness can be correlated with the total indicator PE – the understanding of emotions, where we include both the recognition of their emotions and the emotions of other people.

The third graph – self-motivation in the Hall is reflected in the scales of the VU and CE, but is rather a reduced index.

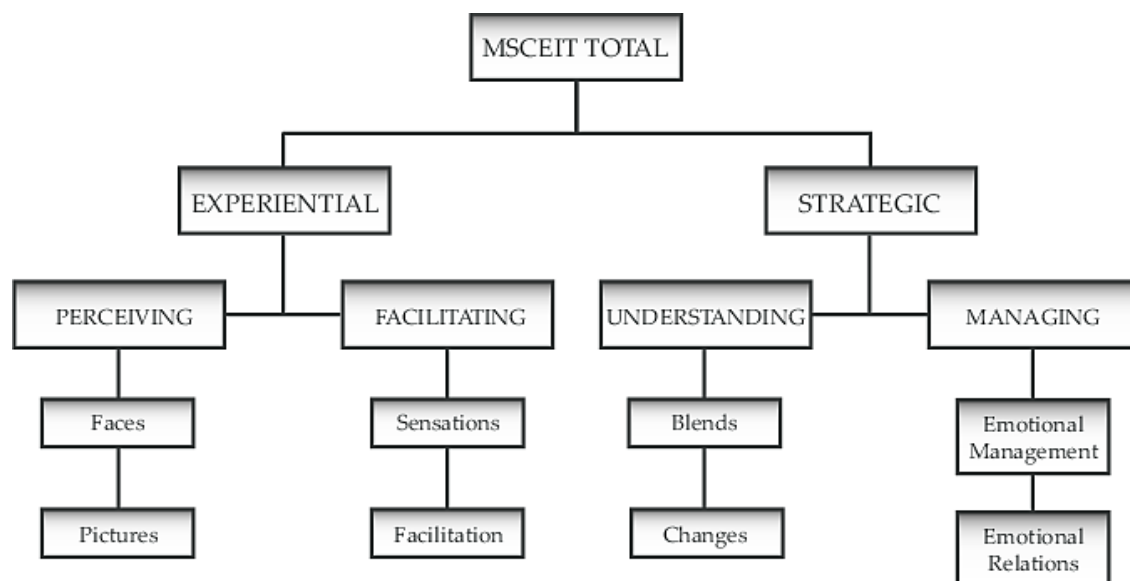


Figure 1. Emotional intelligence model of J. Mayer, P. Salovey and D. Caruso [8]

Table 1

Comparative characteristics of emotionally quotient's level determination tests

Title	Structure	Scales	Way of counting
EQ-i (Bar-On Emotional Quotient Inventory)	Intrapersonal EI, interpersonal EI, adaptation, stress management, general mood.	15 factors; 132 points	5-point scales; self-report.
Emin (questionnaire on emotional intelligence)	Two dimensions: (1) interpersonal and intrapersonal EI, (2) understanding and managing emotions.	6 factors; 40 points	4-point scales; self-report.
MSCEIT (Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test)	4 "branches": identification of emotions, increase of efficiency of thinking, understanding of emotions, management of emotions.	8 subtests (2 for each branch) 130 points	Assignments with several variants of the answer; scoring on the basis of consensus or peer reviews.
EQ (Hall test)	The overall total model of measuring.	5 factors; 20 points.	6-point scale.

The EQ questionnaires vary significantly in content, reflecting the lack of a generally accepted conceptualization of EQ. Table 1 shows the methods examined.

Currently, methods for measuring EQ based on self-report face many challenges. The various conceptualizations of the EQ structure do not correlate well enough, and there is no clear ground for asserting that people are able to adequately evaluate their abilities in the field of understanding and managing emotions. In particular people with low EQ should be poorly aware of their abilities in this area. Empirical studies have allowed to develop sufficiently reliable scales with acceptable criterial validity. However, these scales intersect with methods that measure personality traits, which indicates a lack of divergence, or can clarify

the issue of the connection of personality traits with EQ, but so far there is no evidence that the EQ questionnaires measure characteristics related to intelligence.

Conclusions and offers. Taking into account all given above, we can conclude that soon we can observe the replacement of IQ with EQ, so every successful person needs to develop these skills. Unfortunately, there is no unified method of evaluation and measuring this indicator, therefore, to obtain a full picture, we propose to use few tests, with subsequent analysis, comparison and consolidation of the information obtained. But it should not be forgotten that the validity of these tests is still questionable, so you can not make real conclusions about the qualities and abilities of people basing only on these results.

References:

1. Tikhomirov, A. (2007). Emotsionalnyi intellekt [Emotional Intelligence]. Retrieved from : www.lief.ru/blog/2007/04/emotsionalnyi-intellekt/. [in Russian].
2. Roberts, R. D. (2004). Emotsionalnyi intellekt : problemy teorii, izmereniya i primeneniya na praktike [Emotional intelligence : The problems of theory, measurement and practical application]. Psikhologiya. Zhurnal Vysshei Shkoly Ekonomiki. – Psychology. Journal of the Higher School of Economics, Vol. 1, No. 4, pp. 3-24. [in Russian].
3. Andreeva, I. N. (2006). Emotsionalnyi intellekt – issledovaniya fenomena [Emotional intelligence. The phenomenon study]. Voprosy psikhologii. – Issues of psychology, No 3, pp. 78-85. [in Russian].
4. Orel, E. A. Emotsionalnyi intellekt : ponatie i sposoby diagnostiki [Emotional intelligence : the concept and methods of diagnosis]. Retrieved from : <http://flogiston.ru/articles/general/eq> [in Russian].
5. Andreeva, I. N. (2004). Poniatie i struktura emotsionalnogo intellekta [The concept and structure of emotional intelligence]. Sotsialno-psikhologicheskie problemy mentalnosti. 6-ia mezhd. nauchno-praktichesk.konf. – Social-psychological problems of mentality. 6th International Scientific and Practical Conference, Smolensk, SSPU, 1, pp. 22-26. [in Russian].
6. The model of emotional intelligence Bar-On – [Electronic resource]. – Access mode: http://www.mental-engineering.com/2013/03/blog-post_13.html (date 00.00.2016). – Name from the screen. [in Russian].
7. Mayer J., Salovey P. The intelligence of emotional intelligence // Intelligence, Vol.17, 1993, PP.433-442.
8. Andreeva, I. N. (2007). Predposylki razvitiia emotsionalnogo intellekta [Prerequisites for the development of emotional intelligence]. Voprosy psikhologii. – Issues of psychology, No 5, pp. 57-60. [in Russian].
9. Goleman D., Boyatzis R., Mackie E. Emotional leadership. The art of managing people on the basis of emotional intelligence. / D. Goleman / M. Alpina Business Books, – 2005. – P.266-269. [in Russian].
10. Boiko, V. V. (2004). Energiia emotsii [The energy of emotion]. Sankt-Peterburg : Izd. dom PITER. [in Russian].
11. Sushchnost poniatii i osnovnye teorii emotsionalnogo intellekta [The essence of the concept and the basic theory of emotional intelligence]. Retrieved from : <http://psixologiya.org/socialnaya/emocionalnyj-intellekt>. [in Russian].
12. Fainberg, E. Emotsionalnyi intellekt : vladet strastiami vygodnee, chem umom [Emotional intelligence : to possess passions more profitable, than the mind]. Retrieved from : <http://psyfactor.org>.
13. Mayer, J. D., Salovey, P. & Caruso, D. R. (2000). Models of emotional intelligence. Handbook of human intelligence. Ed. by R. J. Sternberg, pp. 396-420, New York : Cambridge.
14. Caruso D. R., Salovey P. The Emotionally Intelligent Manager: How to Develop and Use the Four Key Emotional Skills of Leadership. Jossey-Bass, San Francisco. 2004
15. Mayer J., Salovey P. What Is Emotional Intelligence? In: Emotional development and emotional intelligence: Implications for education. Salovey P., Sluyter D. (eds), 1997, NY: Basic, PP. 3-31.

Жмай Олександр Володимирович

викладач кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Сорокова Тетяна Євгенівна

студентка

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ (EQ)

Анотація

У статті вивчається поняття емоційного інтелекту і різні методи його оцінки. Розглянуто дослідження концепції емоційного інтелекту в цілому, а також його компонентів. Були визначені підходи до оцінки та виміру рівня емоційного інтелекту і його окремих елементів. Наведено порівняльні характеристики різних практичних методів вимірювання цього показника, а також рекомендації по отриманню максимального обсягу інформації, необхідної для отримання об'єктивних результатів відповідно до цими методами.

Ключові слова: емоційний інтелект (EI), інтелект, міжособисті відносини, психологічний інтелект, відчуття інформації, внутрішні риси, характер, емпатія, емоції, самомотивація, менеджмент, самоменеджмент.

Жмай Александр Владимирович

преподаватель кафедры экономики и управления

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

Сорокова Татьяна Евгеньевна

студентка

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ УРОВНЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА (EQ)

Аннотация

В статье изучается понятие эмоционального интеллекта и различные методы его оценки. Рассмотрены исследования концепции эмоционального интеллекта в целом, а также его компонентов. Были определены подходы к оценке и измерению уровня эмоционального интеллекта и его отдельных элементов. Приведены сравнительные характеристики различных практических методов измерения этого показателя, а также рекомендации по получению максимального объема информации, необходимой для получения объективных результатов в соответствии с этими методами.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект (ЭИ), интеллект, межличностные отношения, психологический интеллект, восприятие информации, внутриличностные черты, характер, эмпатия, эмоции, самомотивация, менеджмент, самоменеджмент.

УДК 339

Іоанно Андрій Владиславович

студент

Вінницького національного торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто основні передумови розвитку організації міжнародної економічної діяльності підприємства. Визначено основні фактори, які впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності підприємств. Особливу увагу приділено формуванню системи управління міжнародною економічною діяльністю підприємства.

Ключові слова: міжнародна економічна діяльність, фактори, передумови, система управління міжнародною економічною діяльністю.

Постановка проблеми. Формування в країні високорозвиненої сфери зовнішньоекономічної діяльності і забезпечення в результаті її здійснення додаткових ресурсів для економічного зростання та ефективної інтеграції у світове господарство підвищують актуальність вирішення питань, пов'язаних із організацією міжнародної

економічної діяльності. Можна відмітити, що від цілей, методів і інструментів державного регулювання залежить ефективність міжнародного економічно співробітництва.

У міжнародному економічному просторі здійснюється взаємодія насамперед загальнодержавних інтересів. Останнім часом відбувається

скорочення функцій держави у сфері соціального захисту населення, відчутна лібералізація зовнішньоекономічної сфери. Але водночас різко зросла участь держави в підтримці експортних зусиль і підвищенні конкурентоспроможності вітчизняних підприємств шляхом: розвитку й створення необхідної для цього інфраструктури (науки, засобів зв'язку, інформаційного забезпечення); впровадження стимулюючої податкової системи; розроблення і реалізації різноманітних варіантів промислової і/чи структурної політики; стрімкого впровадження державних норм і стандартів щодо технологічних, екологічних, санітарних та інших характеристик виробів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних підходів і методичних положень відносно організації міжнародної економічної діяльності підприємства у сфері розвитку експортної діяльності підприємств здійснювалося в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, таких, як О. Волкодавова, Д. Денієлс, Ю. Іванов та О. Іванова, А. Мазаракі, В. Марцин, П. Орлов, Л. Піддубна, Н. Проскурніна, Л. Радеба, О. Сергієнко, М. Татар, А. Чурсін та інші. Проте окремі особливості залишаються недостатньо вивченими та вимагають докладного дослідження.

Формування цілей статті. Метою дослідження є визначення передумов розвитку організації міжнародної економічної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основною переумовою розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства лишається її державне регулювання, що здійснюється методом розроблення і реалізації державної зовнішньоекономічної політики, під якою слід розуміти систему заходів торговельного, інвестиційного, інноваційного, валютно-фінансового, кредитного спрямування на розвиток міжнародних економічних зв'язків національних суб'єктів господарювання, поглиблення і розширення їх участі в міжнародному розподілі праці для вирішення стратегічних завдань соціально-економічного розвитку країни.

Аналіз діючого в Україні механізму зовнішньоекономічного регулювання свідчить про відсутність системного підходу до його формування, який повинен урахувати:

- 1) створення сприятливих умов для розвитку експортного виробництва;
- 2) формування раціональної структури внутрішнього ринку;
- 3) збільшення видатків бюджету;
- 4) регулювання імпорту для збереження пропорційного розвитку національної економіки;
- 5) покращення стану платіжного балансу за рахунок інтенсифікації експортних операцій та регулювання імпорту;
- 6) уніфікацію інструментарію державної зовнішньоторгівельної політики відповідно до основних принципів Світової організації торгівлі [1].

При здійсненні міжнародної економічної діяльності українські та іноземні підприємства зустрічаються з низкою проблем, серед яких основними є:

- недосконалість та нестабільність нормативно-правової бази щодо міжнародної економічної діяльності, відсутність узгодженої системи митного, податкового та інших видів регулювання;

- нерозвиненість або відсутність сприяння міжнародній економічній діяльності, передусім у банківській, страхувальній, кредитній та фінансовій сферах;

- адміністративні і фінансові обмеження, несприятливі для експортно-імпортних та інвестиційних операцій умови митного та податкового регулювання;

- дефіцит підтримки та обслуговування міжнародної економічної діяльності, зокрема інформаційних, маркетингових, дослідних, аналітичних центрів, консалтингових та інших служб.

Однак поняття «міжнародна економічна діяльність» охоплює не лише сферу виробничої, комерційної діяльності, а й міжнародні за характером економічні операції, які спрямовані на отримання та максимізацію індивідуального, приватного прибутку, поліпшення власного добробуту та поширюється також і на непідприємницькі, регулятивні за характером операції, на інструмент впливу з метою поліпшення загальних умов господарювання як з боку національних урядів, спеціалізованих органів, так і з боку міжнародних організацій та структур.

Одним із найбільш проблемних та мало розроблених питань є формування системи адаптаційних заходів із боку підприємств щодо рівня та характеру державного впливу на його міжнародну економічну діяльність.

В економічній літературі оцінка ефективності державного регулювання передбачає врахування двох найбільш важливих аспектів:

- по-перше, оцінювання ефективності державної зовнішньоекономічної політики в контексті регулювання міжнародної економічної діяльності національних суб'єктів господарювання;

- по-друге, оцінювання ефективності державної зовнішньоекономічної політики в контексті реалізації державою економічних інтересів як суб'єкта світогосподарських зв'язків.

Ринкова економіка, як відомо, не сприймає неефективних дій і вимагає за них надто високу ціну: втрату цільових ринків, послаблення конкурентних позицій, недоотримання фінансових ресурсів, скорочення робочих місць та підвищення рівня безробіття, що зумовлює необхідність пошуку дієвих заходів щодо підвищення ефективності міжнародної економічної діяльності підприємств з урахуванням рівня та характеру її державного регулювання.

До основних факторів, які впливають на ефективність міжнародної економічної діяльності підприємств, слід віднести:

- рівень та темпи інфляції в країні, що призводять до знецінення грошових накопичень підприємств. Багато сучасних науковців, у тому числі і послідовники Дж.М. Кейнса, вважають помірну інфляцію необхідною умовою ефективного економічного розвитку, оскільки вона дає змогу ефективно корегувати ціни відносно змінних умов виробництва і попиту [2];

- коливання курсу національної валюти, за зниження якого експортери отримують можливості збільшувати експорт за рахунок його здешевлення, а імпортери, навпаки, скорочують імпорт, що стимулює зростання цін на імпортовані товари та надає можливості для розвитку імпортозаміщення [3];

– оподаткування, рівень впливу якого залежить від самої системи оподаткування. Вітчизняні вчені [3; 4; 5] обґрунтовують доцільність використання податкового регулювання як ефективного інструменту оптимізації механізму міжнародного співробітництва;

– умови одержання кредиту та процентну банківську ставку;

– особливості ціноутворення та динаміку цін на цільових ринках, яка впливає на конкурентоспроможність підприємства; платоспроможність як показник рівня фінансової стійкості підприємства; скорочення доходів споживачів або зниження купівельної спроможності на продукцію та послуги зумовлює скорочення обсягу її виробництва та надання певних послуг; рівень та характер державної підтримки національних експортерів, який на теперішній час є найбільш значущим фактором розвитку міжнародної економічної діяльності підприємств в умовах загострення конкуренції на міжнародних ринках, посилення політичної й економічної нестабільності у світі.

У міжнародних економічних відносинах підприємство виступає як самостійний суб'єкт, діяльність якого здійснюється відповідно до визначених стратегічних цілей, але регулюється нормами національного законодавства. При цьому рівень та характер такого регулювання відповідають загальнонаціональним інтересам та умовам укладених міждержавних угод, що спричиняє виникнення колізії між державними та інтересами підприємств.

На основі проведеного дослідження міжнародної економічної діяльності підприємства можна

узагальнити систему управління міжнародною економічною діяльністю до умов та інструментів її державного регулювання (рис. 1.).

Отже, формування системи управління міжнародною економічною діяльністю підприємств полягає у реалізації трьох основних етапів.

На основі отриманих результатів на другому етапі виявляються найбільш значущі фактори державного, і, в загальному, зовнішнього впливу на міжнародну економічну діяльність підприємств.

Відповідно до цього, на третьому етапі розробляються дієві заходи щодо її формування ефективної системи управління міжнародною економічною діяльністю підприємства.

Найбільший вплив на міжнародну економічну діяльність підприємств здійснює такий фактор державного регулювання, як рівень інфляції.

Для зниження впливу інфляції на підприємстві доцільно розробити такі заходи:

– усі прогнозні значення цін на ресурси і продукцію виражати у цінах даного періоду і відображати зміни лише у відносних цінах;

– витрати на виплату відсотків розраховувати для кожного періоду, застосовуючи номінальну ставку до основної суми непогашеного кредиту;

– зобов'язання з виплати податку на прибуток визначати із застосуванням прогнозних значень витрат і надходжень, виражених у постійних цінах, процентних платежів і податкових знижок на амортизацію, розрахованих на основі цін придбання основних виробничих фондів;

– потоки коштів, виражені в постійних цінах, визначати з позиції власного капіталу і загальних інвестиційних коштів і дисконтувати з урахуванням інфляції;



Рис. 1. Формування системи управління міжнародною економічною діяльністю підприємства

– коригування експортних цін відповідно до рівня інфляції та врахування інфляційних змін у зовнішньоторговельних контрактах.

Вплив податку на прибуток на ефективність експорту є також значним. Для зниження впливу податкового навантаження підприємству доцільно брати участь у державних проектах, які мають переважно преференційний характер податкового регулювання.

Для врахування змін курсу національної валюти та зменшення їх негативного впливу на міжнародну економічну діяльність підприємств доцільно реалізовувати такі заходи:

– використання мультивалютної обмовки для врахування можливих коливань курсів валют країн-партнерів;

– індексна обмовка передбачає коригування ціни товару та суми платежу відповідно до зміни цін (індексу цін) на момент платежу;

– ескалаторна обмовка передбачає фіксацію в контракті ціни, яка може в подальшому коригуватися відповідно до зміни ціноутворюючих факторів;

– укладання торговельних та промислових компенсаційних угод, при цьому торговельні

компенсаційні угоди передбачають здійснення взаємних поставок декількох товарів або їх партій, а промислові компенсаційні угоди – експорт машин, обладнання, будівництво промислових об'єктів, трансферт технологій, який оплачується зустрічними поставками продукції, виробленої з їх використанням;

– укладання форвардних угод для зниження ризику знецінення валюти;

– скорочення термінів між укладанням угод та здійсненням розрахунків, прискорення платежів;

– фіксація ціни експортного товару у більш стабільній валюті з наступним платежем у більш «м'якій» [3].

Висновки. Для ефективного функціонування вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках необхідно розробляти та впроваджувати заходи з вивчення передумов розвитку та управління міжнародною економічною діяльністю не тільки до умов міжнародного середовища, але й до особливостей державної зовнішньоекономічної політики з притаманними їй методами та інструментами.

Література:

1. Бестужева С.В. Міжнародна економічна діяльність України : [навч. посіб.] / С.В. Бестужева. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. – 282 с.
2. Вічевич А.М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А.М. Вічевич, О.В. Максимець. – Львів : Афіша, 2004. – 140 с.
3. Багрова І.В. Міжнародна економічна діяльність України : [навч. посіб.] / І.В. Багрова, О.О. Гетьман, В.Є. Власюк. – К. : ЦНД, 2004. – 384 с.
4. Крупін В.Є. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності територіально-виробничих систем / В.Є. Крупін. – Львів : ІРД, 2009. – 217 с.
5. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України : [підручник] / В.Є. Новицький. – К. : КНЕУ, 2003. – 948 с.

Іоанно Андрей Владиславович

студент

Винницького національного торгово-економічного інституту
Київського національного торгово-економічного університету

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассмотрены основные предпосылки развития организации международной экономической деятельности предприятия. Определены основные факторы, влияющие на эффективность международной экономической деятельности предприятий. Особое внимание уделено формированию системы управления международной экономической деятельностью предприятия.

Ключевые слова: международная экономическая деятельность, факторы, предпосылки, система управления международной экономической деятельностью.

Ionno Andriy Vladislavovich

Student

Vinnitsa National Trade and Economics Institute
of Kyiv National University of Trade and Economics

BACKGROUNDS FOR DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Summary

The article considers the main preconditions for the development of the organization of international economic activity of the enterprise. The main factors influencing the efficiency of international economic activity of enterprises are determined. Special attention is paid to the formation of the system of management of the international economic activity of the enterprise.

Key words: international economic activity, factors, preconditions, system of management of international economic activity.

УДК 331.101.6

Хитра Олена Володимирівнакандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницького національного університету**Кісельова Олена Сергіївна**студентка
Хмельницького національного університету

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПОСТНЕКЛАСИЧНОГО ПІДХОДУ В МЕТОДОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОДУКТИВНОСТІ

Розглянуто сукупність об'єктивних економічних законів, що формують основу методології менеджменту продуктивності. З'ясовано суперечливість методологічної бази дослідження динаміки продуктивності соціально-економічних систем у нестабільних умовах господарювання. Окреслені перспективи оновлення методологічного підґрунтя науки "Менеджмент продуктивності" у контексті постнекласичного підходу, що акцентує увагу на багатоваріантності розвитку людинорозмірних соціально-економічних систем. Обґрунтована доцільність застосування міждисциплінарного підходу та синергетичного інструментарію у процесі управління продуктивністю.

Ключові слова: менеджмент, міждисциплінарність, постнекласична методологія, синергетика, продуктивність.

Постановка проблеми. Сучасний етап реформування економіки України супроводжується кризовими явищами, спадом виробництва та фінансовою нестабільністю підприємств. В таких умовах особливо важливу роль починає відігравати людська праця як чинник системоморфонування і, водночас, хаотизації господарської діяльності. Відтак, слід адекватно оцінювати динаміку продуктивності на еволюційних і біфуркаційних відрізках розвитку соціально-економічної системи та оперативно застосовувати ефективні методи управління нею для подолання економічного занепаду, забезпечення сталого розвитку економіки, високої рентабельності підприємств та найбільш повного використання трудового потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо визначення змісту категорії «продуктивність», пошуку дієвих методів її оцінювання та планомірного підвищення не втрачають своєї актуальності в сучасних умовах господарювання, про що свідчить чимала кількість публікацій з досліджуваної проблеми, серед яких слід відмітити доробок таких вчених, як: І.І. Бідзіля, Д.В. Бродська, Є.В. Васильцов, Т.І. Головачук, І.Ю. Калмикова, О.В. Криворучкіна, І.Л. Луц, В.К. Макарович, Ю.В. Малаховський, Т.С. Морщенок, А.О. Смірнова, Н.В. Шевчук та ін.

У сучасних наукових дослідженнях категорія продуктивності в інтегрованому вигляді відображає результативність взаємодії усіх агентів економічної системи і є основою для оцінки її потенційних можливостей. У науковій літературі сформувалися методологічно відмінні погляди на сутність продуктивності та її місце у системі економічних категорій: 1) продуктивність розглядається як результат взаємодії капіталу, праці та інших залучених ресурсів; 2) продуктивність економічної системи чи будь-яку факторну продуктивність виокремлюють як похідну від продуктивності праці у сфері матеріального виробництва; 3) практикується ототожнення різних аспектів суспільної продуктивності з продуктивністю праці на тій підставі, що остання відіграє активну роль у суспільному відтворювальному процесі [1, с. 16–17].

Результати аналізу літературних джерел дозволяють відзначити існування двох векторів розвитку теорії продуктивності: продуктивності праці і продуктивності усіх факторів виробництва. З одного боку, продуктивність розглядається як досить обмежене поняття, що кількісно вимірюється через певний показник. З іншого боку, продуктивність багатогранно характеризує діяльність підприємства, охоплюючи такі аспекти, як якість, ефективність, результативність, задоволення потреб споживачів, обсяги виробництва, а тому кількісна її ідентифікація потребує аналізу сукупності показників [2, с. 146].

Узагальнюючи думки вчених, можна стверджувати, що продуктивність вважається загальним показником, який: по-перше, показує ефективність використання ресурсів під час виробництва різних товарів та послуг; по-друге, відбиває взаємозв'язок між кількістю і якістю вироблених товарів або наданих послуг і ресурсами, витраченими на їх виробництво; по-третє, дозволяє зіставити результати виробництва на різних економічних рівнях [3, с. 65–66].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Суперечливість поглядів на зміст економічної категорії «продуктивність» обумовлює потребу оновлення теоретико-методологічних основ науки «Менеджмент продуктивності» у зв'язку зі зміною умов господарювання. На нашу думку, найкращим підґрунтям для підтвердження доцільності будь-яких трансформацій у соціально-економічній системі в умовах нестабільності слід вважати постнекласичну наукову методологію, інноваційні підходи якої дозволяють по-новому підійти до підвищення дієвості управління продуктивністю.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є узагальнення методологічних положень менеджменту продуктивності та обґрунтування доцільності оновлення методологічного базису за рахунок застосування постнекласичного міждисциплінарного підходу та синергетичного інструментарію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Менеджмент продуктивності як наука досліджує

проблеми комплексного використання економічних ресурсів у процесі виробництва й реалізації різноманітних благ для мінімізації сукупних витрат і одержання максимальних результатів. У загальному розумінні продуктивність є відношенням ринкової вартості виходів до ринкової вартості входів: виходи репрезентують результати, входи – ресурси, використані для отримання цих результатів. А отже, з точки зору лінійного мислення, управління продуктивністю підприємства передбачає реалізацію альтернативних підходів: 1) збільшення обсягу реалізованої продукції за незмінного обсягу витрачених ресурсів; 2) зменшення витрат ресурсів за незмінного обсягу реалізованої продукції; 3) забезпечення умов випереджаючого зростання обсягів реалізованої продукції над темпами зростання витрат ресурсів [4, с. 259].

Підґрунтям методології менеджменту продуктивності (рис. 1) є пізнання й використання взаємопов'язаних законів, які визначають поведінку людей у соціально-економічній, науковій, політичній та інших сферах діяльності. У класичному розумінні закон зростання продуктивності формулюється таким чином: завдяки розвитку продуктивних сил і вдосконаленню виробничих відносин скорочуються суспільно необхідні питомі витрати живої й уречевленої праці на виготовлення різних продуктів для особистого і суспільного використання.

Будь-який економічний процес може мати різні сторони й способи прояву, відображатися в дії декількох взаємозалежних законів. Так, закон зміни продуктивності праці є складним явищем, що знаходить своє об'єктивне відображення у дії законів поділу праці, дієздатності робочої сили, редукції праці, безперервного удосконалення засобів праці, співвідношення національних та інтернаціональних рівнів інтенсивності й продуктивності праці, попиту та пропозиції праці, еквівалентного обміну, збагачення життєвого простору та економії природних багатств, самокерованості складних систем тощо. Крім того, існує економічний закон скорочення продуктивності праці й капіталу (граничної продуктивності).

Продуктивність підприємства є ринковою категорією, оскільки динаміка цього показника корелює з такими змінними, як платоспроможність попиту, рівень цін на товари і послуги, рівень та динаміка цін на ресурси, стан економіки, рівень конкуренції тощо. «Концепція реалізації», що існувала до 70-х років XX ст., акцентувала увагу на механізації, збільшенні обсягів виробництва і реалізації товарів споживачам, у цей період зростання продуктивності пов'язувалося лише зі збільшенням продажів та економією витрат (лінійний підхід). На сучасному етапі розвитку «ринку споживача» виникає необхідність врахування потреб споживачів, а тому зростання продуктивності можливе лише за умови якісного удосконалення виробництва, що передбачає одночасне врахування вимог працівників, підприємців, споживачів. У сучасних умовах господарювання продуктивність підприємства визначається не лише спроможністю продукувати товари (послуги), а й забезпечува-

ти потреби споживачів, що зумовлює виключну увагу до удосконалення системи управління продуктивністю, заснованої на врахуванні внутрішніх факторів, до рівня «зовнішнє середовище – суб'єкт господарювання» [5]. З огляду на це, Д. Бродська та І. Калмикова пропонують розуміти продуктивність підприємства як «здатність виробничої системи задовольняти потреби споживачів в продуктах і послугах із затребуваними на ринку споживчими властивостями при забезпеченні постійного зростання доходу в розрахунку на витрачену одиницю ресурсу» [6, с. 12]. Такий підхід, на нашу думку, знаменує привнесення до методології менеджменту продуктивності нелінійного сприйняття причинно-наслідкових зв'язків у механізмах управлінського втручання.

В умовах сучасної ринкової економіки продуктивність праці вже недостатньо розглядати як здатність виготовити максимальний обсяг продукції за одиницю часу; істотно важливішою може бути здатність швидше за конкурентів виготовити якіснішу або принципово нову продукцію (показниками продуктивності в цих умовах можуть стати «кількість нових товарів, вироблених за одиницю часу», «час, витрачений на просування нового товару на ринок» тощо). Прискорення інноваційного розвитку підприємства веде до посилення внутрішньої неоднорідності складових ресурсів, що, безумовно, ускладнює їх взаємозамінність і посилює ефект доповнюваності. Крім того, в практиці управління компаніями слід враховувати рівень ефективності менеджменту, оскільки інтелектуальна трудова діяльність управлінського персоналу стала важливою продуктивною силою [7, с. 60]. Як стверджує Є. Васильцов, в умовах розвитку інноваційної економіки, коли визначальними в процесах формування економічних результатів бізнес-структур стають інтелектуальні, знаннєві та інформаційні ресурси, виникає необхідність трансформації традиційних підходів до визначення продуктивності підприємств, що пов'язано з їх змістовною обмеженістю щодо встановлення причинно-наслідкових зв'язків, які пояснюють логіку процесів формування основних детермінант і параметрів забезпечення продуктивності на різних ієрархічних рівнях функціонування [8, с. 63].

Продуктивність підприємства виступає одним з найважливіших параметрів оцінювання успішності його функціонування і залежить від взаємодії усіх факторів виробництва – праці, капіталу, інформації, підприємницького хисту, рівня використання природних ресурсів [6, с. 11]. З огляду на це, доречним є застосування терміна «сукупна факторна продуктивність» (Total Factor Productivity), під якою у стандартній теорії економічного зростання розуміється проблема так званого «залишку» (residual), тобто сукупного внеску факторів праці і капіталу після того, як виконане конкретне оцінювання окремого внеску цих факторів в економічне зростання. Н. Шевчук розглядає загальну продуктивність усіх факторів виробництва як «показник синергетичних ефектів спільного внеску в економічне зростання та економічний розвиток факторів праці і капіта-

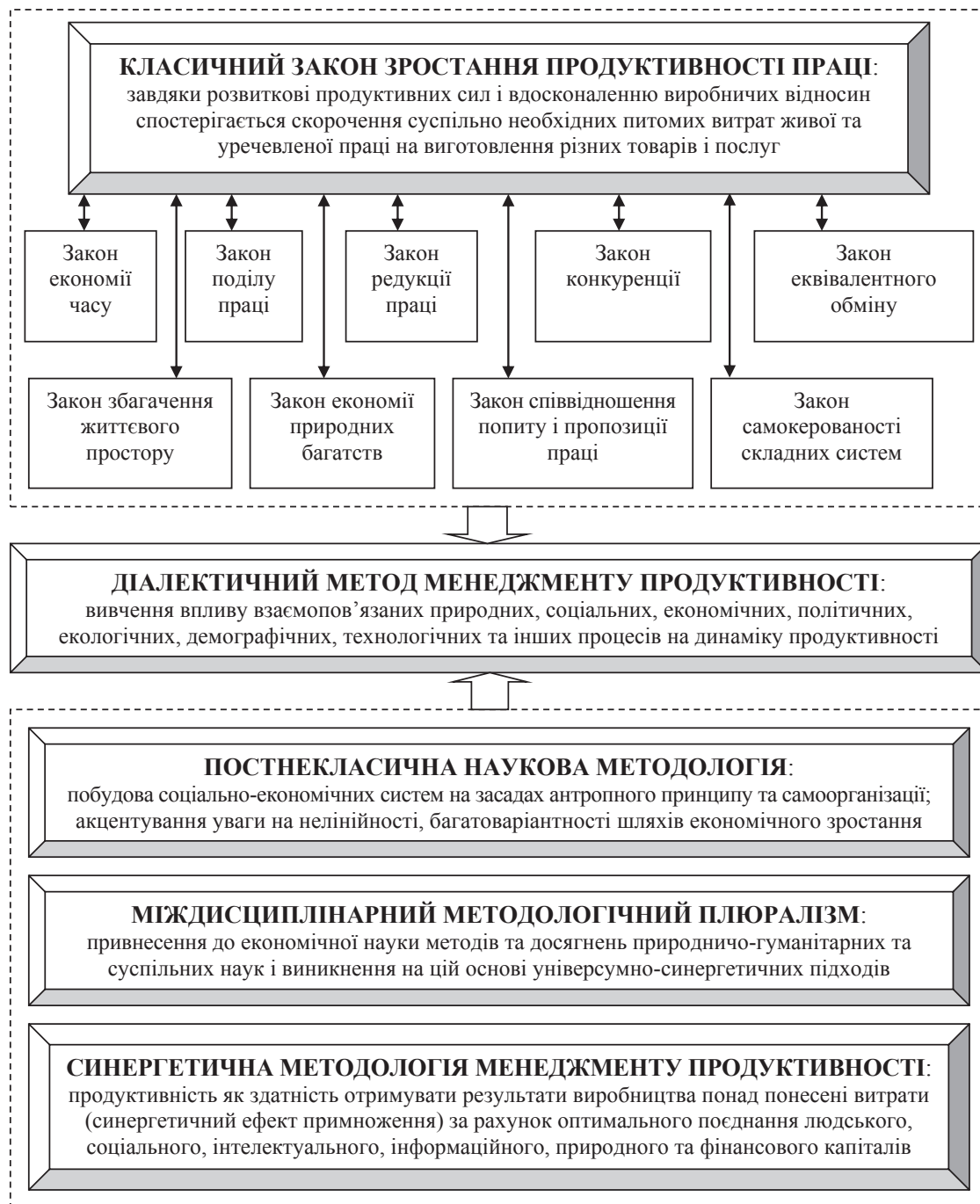


Рис. 1. Загальна логіка сходження основ пізнання категорії «продуктивність» від класичної до постнекласичної наукової методології

лу, обумовлених в кінцевому підсумку ступенем гармонійності відносин між капіталом і працею, підприємцями і працівниками, управлінцями і підлеглими» [9, с. 39].

Водночас, виокремлення у складі ресурсів підприємства інтелектуальних, інформаційних та організаційних призвело до фрагментарності класичного розуміння продуктивності як відношення обсягу продукції до витрат матеріальних і людських ресурсів, що не дозволяє, на думку О. Криворучкіної, комплексно оцінити ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства [10, с. 112]. Сучасна теоретико-методологічна база дослідження сукупної продуктивності ресурсів гальмує комплексну діагностику ланцюга «пошук – формування – реалізація» та обмежує можливість системного підходу до вдосконалення управління продуктивністю суб'єктів господарювання [4, с. 259].

Встановлення взаємозв'язку між продуктивністю підприємства та основними ідеями сучасних ресурсних концепцій стратегічного менеджменту стало основою розкриття базової економічної логіки визначення продуктивності на основі співвідношення потоків цінності, що генерує підприємство для усіх зацікавлених осіб

бізнесу, та сукупності ресурсів, задіяних у процесах продукування економічних результатів [8].

Таким чином, сучасна економічна наука поглиблює уявлення про закономірності функціонування продуктивності праці, розширюючи арсенал застосовуваних методологічних принципів вивчення її динаміки. По-перше, до наукового обігу вводиться ціла низка нових економічних законів. По-друге, закони діалектично відображають тенденції не тільки зростання, але й зниження продуктивності праці. По-третє, закони продуктивності праці розглядаються у взаємозв'язку не лише із загальними, але й зі специфічними законами продуктивності капіталу та інших факторів виробництва. По-четверте, закони продуктивності набувають нового змісту в умовах ринку і, зокрема, постіндустріального суспільства [11, с. 87].

У широкому розумінні продуктивність економіки розглядається як системна категорія, що відображає ефективність соціально-економічних відносин стосовно використання факторів і умов суспільного відтворення. Масштабні об'єкти трудової діяльності і наукового пізнання мають складну системну природу, а дослідження складних системних об'єктів потребує гармонійного сполучення аналітичних і синтетичних методів вивчення структури й функцій системи. Роль системного аналізу у менеджменті продуктивності полягає, перш за все, у тому, що: 1) цей підхід застосовується для розв'язання проблем, для яких не повністю визначені вимоги щодо термінів реалізації та вартості; 2) визнається принципове значення організаційних і суб'єктивних чинників у процесі прийняття рішень; 3) розглядаються усі теоретично можливі альтернативні шляхи і засоби досягнення мети, оптимальна комбінація та сполучення різних методів і засобів підвищення продуктивності.

Управління продуктивністю підприємства вимагає її аналітичного оцінювання не лише у контексті факторів виробництва (ресурсна складова), а й як сукупності бізнес-процесів (процесна складова) та сукупності напрямів звичайної діяльності (функціональна складова). Диференціація оцінювання продуктивності крізь призму цих складових створює передумови для комплексної діагностики резервів зростання продуктивності у кожному бізнес-процесі, за рахунок внеску кожного ресурсу та за всіма напрямками звичайної діяльності підприємства (операційна, фінансова, інвестиційна) [12, с. 218]. Розглядаючи сукупність ресурсних факторів забезпечення продуктивності підприємства у рамках системного підходу, можна дійти висновку, що в результаті їх взаємодії формуються нові (емерджентні) властивості, якими жоден окремих вид ресурсу не володіє. Тобто комплексна взаємодія усіх видів ресурсів підприємства, задіяних у бізнес-процесах і функціональних сферах, продукує можливості вищого порядку, що визначають здатність підприємства до реалізації поставлених цілей.

Починаючи з 1970-х років, наукова методологія тяжіє до формування постнекласичної картини світу за допомогою інструментарію «синергетики» (Г. Хакен), «теорії дисипативних

структур» (І. Пригожин, І. Стенгерс), «теорії катастроф» (Р. Том). Об'єктом постнекласичної науки стають «людинорозмірні» комплекси, невід'ємним компонентом яких є людина; організація розглядається як мультирозумна система, елементи якої здатні зробити вибір. Лише фрагментарне введення людини до наукової картини світу як відстороненого та раціонального спостерігача залишає поза полем зору науковців глибокий пласт так званих традиційних знань і суб'єктивних відчуттів, цінностей та уподобань, що зрештою призводить до прийняття субоптимальних, непопулярних і некреативних рішень. У рамках постнекласичної раціональності гуманістична складова набула нового забарвлення. Зокрема, був сформульований антропний принцип, суть якого полягає у провідній ролі світового розуму у розвитку життя, ноосферній причинності руху буття, вияві творчої здатності універсуму через людську діяльність [13, с. 162].

Увага постнекласичної науки перемикається з явищ повторюваних і регулярних на «відхилення» всіх видів, вивчення яких веде до винятково важливих висновків. На передній план висуваються міждисциплінарні та проблемно-орієнтовані форми дослідницької діяльності [14, с. 76]. У межах методологічного плюралізму спостерігаються найбільш цікаві і перспективні методологічні експерименти, у тому числі взаємозбагачувальні перехресні запозичення як між провідними течіями сучасної економічної думки, так і в міждисциплінарному просторі.

Множинність застосовуваних методологічних принципів, підходів, інструментів обумовлена зростаючою комплексністю економічних проблем сучасності, ускладненням процесів прийняття та реалізації рішень. Тому для постнекласичної методології характерна мультипарадигмальність і міждисциплінарність, що дозволяє збагатити палітру економічних досліджень за рахунок інтегрування інформації, методів дослідження, концепцій та теорій з різних галузей знань. Зокрема, як зазначає С. Судомир, «результативне управління розвитком соціально-економічної системи конкурентоспроможного спрямування можливе, якщо розглядати її як загальний процес у гармонійній єдності економічних, соціальних, екологічних складових і людського розвитку, спрямованих на підвищення рівня життя людей» [15, с. 60].

На основі розглянутих вище положень можна припустити, по-перше, необхідність залучення для розв'язання проблем вимірювання та підвищення продуктивності знань з інших галузей наук (психологія, соціологія, культурологія); по-друге – наявність зв'язку між рівнем синергізму, темпами економічного зростання та рівнем життя населення країни. З позицій синергетики оцінюванню має підлягати стан економічної системи в динаміці, зумовлений сполученням можливих форм та структур в економічному просторі, визначеному конкретно заданою кількістю індикаторів вимірності.

Як зазначає І. Крюкова, продуктивність праці є здатністю отримувати результати виробництва понад витрати (синергетичний ефект примноження); процес створення доданої вар-

тості, що являє собою збільшення авансованої вартості за рахунок оптимального поєднання людського, соціального, інтелектуального, інформаційного, природного та фінансового капіталів і трактується як здатність відповідних господарських факторів примножувати доходи, є безпосереднім проявом синергетики в економіці [16, с. 56]. З точки зору синергетичної методології джерелом створення додаткової та нової вартості є теперішня чи минула (уречевлена в новаціях) інтелектуальна праця, на відміну від механістичної теорії формування додаткової вартості за рахунок додатково витраченого робочого часу [17, с. 196].

Розробка методологічних основ оцінювання продуктивності інтелектуальних, інформаційних та організаційних ресурсів створює передумови для можливостей удосконалення конструкцій та якісних параметрів виробів, їх модифікації у зв'язку зі змінами уподобань споживачів, впровадженням ресурсозберігаючих технологій тощо. Вплив згаданих факторів на формування результатів діяльності підприємства О. Криворучкіна пропонує оцінювати крізь призму внутрішньої продуктивності, що трактується як «здатність підприємства до генерування і акумулювання інтелектуальних, інформаційних, організаційних продуктів за певний проміжок часу, які набувають статусу стратегічних ресурсів та створюють передумови для реалізації пріоритетних напрямів розвитку компанії» [10, с. 114]. На відміну від будь-якого матеріального ресурсу, стратегічні ресурси (інноваційні, інформаційні, інтелектуальні) не закріплені за конкретними блоками певної господарської системи, не схильні до впливу з боку просторових обмежень і закону збереження речовини та енергії. Результатом взаємодії стратегічних ресурсів підприємства є потенційні можливості і стратегічні компетенції з більш високою стратегічною придатністю і споживчою цінністю, накопичення та використання яких забезпечує позитивний вектор розвитку суб'єктів господарювання за рахунок зростання їх продуктивності [12, с. 220].

Продуктивність стратегічних ресурсів дозволяє заміщати природні вичерпні ресурси інтелектуальними, матеріалізованими через більш досконалі та ефективні процеси виробництва. З точки зору управління, інтелектуальні ресурси втілюються в організаційно-управлінській діяльності і мисленні, які перетворюють робочу силу в працю, землю і надра – в умови виробництва, заощадження – в інвестиції. Специфіка взаємодії стратегічних ресурсів підприємства, генерація на цій основі нових знань, інновацій, принципів і методів управління зовнішньою продуктивністю зумовлюють наявність такої їх властивості, як здатність до самоорганізації і саморозвитку.

Останнім часом у контексті становлення синергетичного міждисциплінарного підходу набуває ваги методологія фізичної економіки, предметом якої є економічні процеси та способи управління обміном речовиною, енергією, імпульсом, інформацією у господарській діяльності людини. Прибічники цієї економічної школи вважають, що економічне відтворення повинне

бути підпорядковане тому ж «природному порядку», який проявляється у фізиці [18, с. 265]. Фізична економія ґрунтується на природному квантовому законі збереження та перетворення енергії. Господарська взаємодія природи і суспільства розглядається як енергетична. У рамках цієї концепції підкреслюється здатність людини постійно інтенсифікувати енергетичні потоки, тісно пов'язані з її духовним розвитком. Джерелом реального економічного зростання є підвищення продуктивної сили людської праці в розрахунку на душу населення. Як наголошує у своїй праці Л. Ларуш [19], джерелом економічного зростання (багатства) є здатність індивідів до творчого мислення, а це переважно проявляється через наукові відкриття, технологічні розробки, нові методології організації життєдіяльності суспільства.

Сходження теоретико-методологічних засад наукового пізнання від детермінізму до синергетики пояснюється зміною розуміння феноменів часу, простору й інформації. У цьому контексті заслуговує на увагу точка зору В. Барановської та В. Ципуринди, згідно з якою продуктивність визначається оптимальним поєднанням трьох параметрів – простір, час, енергія [20, с. 65]. А отже, для пояснення змісту синергетичної моделі менеджменту продуктивності варто долучити поняття енергоентропійного балансу (рис. 2).

Новим поглядом на сутність суспільних процесів та факторів їх розвитку є теорія енергоімпульсної взаємодії соціально-економічних моделей із зовнішнім середовищем, в якій взаємовідносини у природно-суспільному оточенні розглядаються з позиції не вартісних, а енергоінформаційних характеристик. Яскравим прикладом енергоінформаційного взаємовпливу може вважатися надходження інформації на ринок та її вплив на коливання обсягів попиту і пропозиції та, відповідно, цін і валютних курсів. Потік даних визначає поведінку економічних суб'єктів, а їх подальші дії зумовлюють ринкові коливання, які можна інтерпретувати як флуктуації потенційної енергії [21, с. 115]. Розробка інформаційної сутності з метою трансформації її в необхідну для існування усіх відкритих систем енергію дає змогу розв'язати проблему підвищення ефективності функціонування економічних систем і досягнення стійкого розвитку шляхом збільшення інформаційної складової. Формування інформаційного базису менеджменту продуктивності розцінюється нами як ступінь зниження рівня невизначеності, що впливає з розуміння інформації як аналога негентропії, надходження якої сприяє організованості системи і, відповідно, досягненню її більш високої продуктивності. Відсутність необхідних інформаційно-інтелектуальних складових у виробничо-господарській діяльності бізнес-одиниць має наслідком зниження ринкових виходів, що припадають на одиницю ринкових входів.

Висновки. Таким чином, у методології менеджменту продуктивності провідним залишається системний підхід, який в умовах нестабільності господарської діяльності доцільно доповнити положеннями постнекласичного міждисциплінарного підходу до розв'язання еконо-

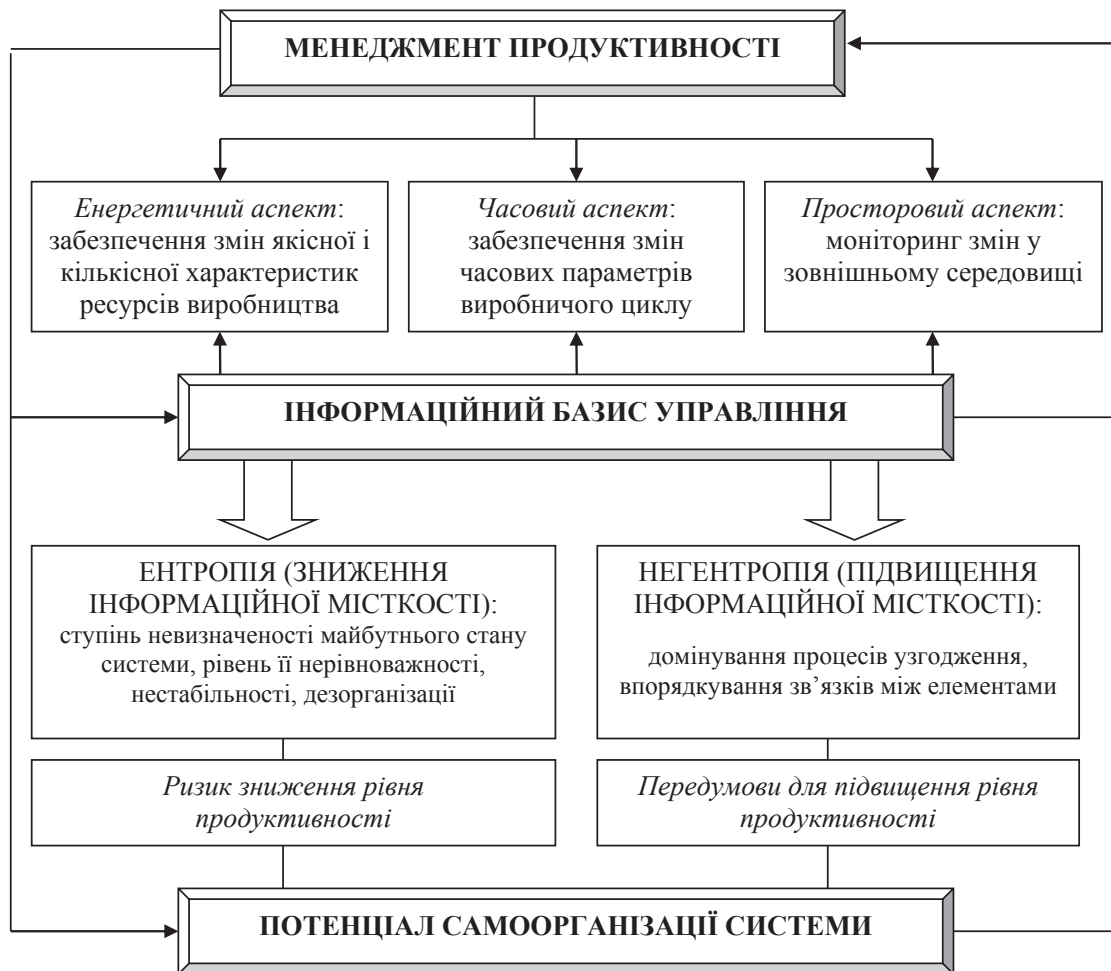


Рис. 2. Роль інформаційних потоків, рівня ентропії та здатності до самоорганізації у функціонуванні системи управління продуктивністю

мічних проблем і, в першу чергу, економічної синергетики, яка досліджує процеси самоорганізації в складних, відкритих, нелінійних, нерівноважних соціально-економічних системах, їх переходи від хаосу до порядку і навпаки, а також механізми виникнення нових структур у процесі когерентної взаємодії макроскопічних елементів.

Перевага синергетики перед системним підходом полягає, перш за все, в тому, що вона орієнтована на описування та інтерпретацію систем, які перебувають у розвитку, й передбачає різні можливості напрямів трансформації динамічних систем з певного невірноваженого стану. Якщо системний аналіз займається формалізацією і прогнозуванням макроскопічного функціонування систем, то синергетика зосереджується передусім на тих аспектах функціонування системи, на яких вона зазнає якісних змін. На відміну від системного підходу, в центрі уваги синергетики – універсальні закономірності, які характеризують єдність процесів еволюції і самоорганізації систем різного походження [22, с. 346]. Крім того, синергетика пояснює зрушення в системах не лише їх реакціями («відгуками») на імпульси («виклики») середовища, яке змінюється, а й спонтанними флуктуаціями

і новаціями, які природно виникають в окремій автономній системі.

Доречним може бути урахування аналогій з розвитком природних систем та специфіки енерго-інформаційних обмінів із зовнішнім середовищем. Ринкова економіка акцентує увагу на дослідженні взаємообумовленості внутрішньої та зовнішньої продуктивності, а перехід до постіндустріального суспільства потребує розробки методології оцінювання продуктивності інтелектуального капіталу компаній. Привнесення до менеджменту продуктивності концепцій стратегічного менеджменту стало основою розкриття базової економічної логіки визначення продуктивності на основі дослідження потоків цінності. Зрештою, систему управління продуктивністю слід структурувати на ресурсну, процесну та функціональну складові і, відповідно, досягати їх когерентного сполучення заради встановлення оптимального рівня показників діяльності.

Перспективи подальших досліджень полягають у необхідності формування цілісного механізму управління продуктивністю на різних рівнях складної соціально-економічної системи, що є нестабільною, хаотизованою і, зазнаючи різноспрямованих флуктуаційних впливів, наближається до точки біфуркації.

Література:

- Головачук Т. І. Наукові підходи до визначення сутності продуктивності праці / Т. І. Головачук, А. О. Смірнова // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія: Економічні науки. – 2013. – Вип. 2. – С. 15–19.
- Криворучкіна О. В. Сучасні підходи до оцінювання продуктивності підприємства / О. В. Криворучкіна // Стратегія економічного розвитку України. – 2012. – № 31. – С. 145–154.
- Морщенок Т. С. Продуктивність праці: економічна сутність та фактори її підвищення на підприємстві [Електронний ресурс] / Т. С. Морщенок, І. Л. Луц // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 2. – С. 63–71. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2014_2_9.
- Криворучкіна О. В. Управління продуктивністю підприємства на засадах ресурсозбереження / О. В. Криворучкіна // Бізнес Інформ. – 2013. – № 5. – С. 258–263.
- Криворучкіна О. В. Еволюція наукових підходів до трактування економічної сутності продуктивності підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Криворучкіна. – Режим доступу: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/4726/1/vcheni_zapysky_14%282%29_12_%2821-26%29.pdf.
- Бродська Д. В. Концептуальні основи управління продуктивністю підприємства в сучасних умовах / Д. В. Бродська, І. Ю. Калмикова // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – 2011. – № 2. Т. 2. – С. 10–13.
- Макарович В. К. Продуктивність праці як квінтесенція ефективності трудової діяльності / В. К. Макарович, І. І. Бідзіля // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2014. – Вип. 2 (43). – С. 58–62.
- Васильцов Є. В. Стратегічний підхід до визначення продуктивності підприємства / Є. В. Васильцов // Стратегія економічного розвитку України. – 2014. – № 35. – С. 57–65.
- Шевчук Н. В. Узагальнення існуючих рекомендацій щодо виміру показників багатофакторної продуктивності / Н. В. Шевчук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 2. – С. 38–42.
- Криворучкіна О. В. Варіативність підходів до управління продуктивністю ресурсів підприємства / О. В. Криворучкіна // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2013. – № 1. – С. 112–116.
- Малаховський Ю. В. Про модифікації економічного закону зміни продуктивності праці / Ю. В. Малаховський // Вісник економічної науки України. – 2009. – № 2 (16). – С. 83–87.
- Криворучкіна О. В. Ресурсно-процесний підхід до оцінювання продуктивності підприємства / О. В. Криворучкіна, Є. В. Васильцов // Стратегія економічного розвитку України. – 2013. – № 32. – С. 217–224.
- Степура Т. Структурні дисбаланси якості людського потенціалу: синергетичний підхід / Т. Степура // Вісник Львівського університету. Серія: Економіка. – 2015. – Вип. 52. – С. 160–167.
- Сич Т. Роль методології в процесі розвитку науки [Електронний ресурс] / Т. Сич // Гірська школа Українських Карпат. – 2016. – № 14. – С. 74–78. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gasuk_2016_14_21.
- Судомир С. М. Розвиток соціально-економічних систем конкурентоспроможного спрямування / С. М. Судомир // Економічний часопис-XXI. – 2013. – № 9–10 (1). – С. 57–60.
- Крюкова І. О. Суспільно-економічні аспекти синергетики / І. О. Крюкова // Економічний часопис-XXI. – 2010. – № 5–6. – С. 53–57.
- Дмитришин О. В. Синергетичний підхід до здійснення підприємницької діяльності [Електронний ресурс] / О. В. Дмитришин, В. В. Яцура // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011. – Вип. 21.10. – С. 194–199. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/chem_biol/nvnltu/21_10/194_Dmy.pdf.
- Якімцов В. В. Синергетичний підхід у сучасній економічній науці [Електронний ресурс] / В. В. Якімцов // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2015. – Вип. 2. – С. 265–271. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuces_2015_2_47.
- Ларуш Л. Физическая экономика / Л. Ларуш ; Шиллеровский институт науки и культуры ; пер. с англ. В. А. Возница. – М. : Научная книга, 1997. – 540 с.
- Барановская В. Необходимы ли обществу эффективность и высокая производительность предприятия / В. Барановская, В. Ципуринда // Персонал. – 2004. – № 5. – С. 64–66.
- Бурлачков В. Экономическая наука и экономическая физика: главные темы диалога / В. Бурлачков // Вопросы экономики. – 2007. – № 12. – С. 111–122.
- Борщук Є. М. Системний підхід і синергетика [Електронний ресурс] / Є. М. Борщук // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011. – Вип. 21.1. – С. 344–347. – Режим доступу: http://nvunfu.esy.es/Archive/21_1/344_Bor.pdf.

Хитрая Елена Владимировна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і економіки труда
Хмельницького національного університету

Киселёва Елена Сергеевна

студентка
Хмельницького національного університету

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОГО ПОДХОДА В МЕТОДОЛОГИИ МЕНЕДЖМЕНТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

Аннотация

Рассмотрена совокупность объективных экономических законов, формирующих основу методологии менеджмента производительности. Выявлена противоречивость методологической базы исследования динамики производительности социально-экономических систем в нестабильных условиях хозяйствования. Обозначены перспективы обновления методологических основ науки «Менеджмент производительности» в контексте постнеклассического подхода, акцентирующего внимание на многовариантности развития человекообразных социально-экономических систем. Обоснована целесообразность применения междисциплинарного подхода и синергетического инструментария в процессе управления производительностью.

Ключевые слова: менеджмент, междисциплинарность, постнеклассическая методология, синергетика, производительность.

Khytra Olena Volodymyrivna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Personnel Management and Labour Economics
Khmelnitskyi National University

Kiselova Olena Sergiivna

Student of Personnel Management and Labour Economics
Khmelnitskyi National University

FEATURES OF APPLICATION OF THE POSTENCLASSICAL APPROACH IN THE PRODUCTION MANAGEMENT METHODOLOGY

Summary

The set of objective economic laws forming the basis of productivity management methodology is considered. The contradiction of the methodological basis of the study of the dynamics of productivity of socio-economic systems in unstable economic conditions is found. The prospects for updating the methodological basis of science "Productivity Management" are outlined in the context of the post-classical approach, which emphasizes the multivariate development of human-dimensional socio-economic systems. The feasibility of using an interdisciplinary approach and synergistic tools in the process of productivity management is substantiated.

Key words: management, interdisciplinary, post-classical methodology, synergetics, productivity.

УДК 336.543.12

Пікуліна Надія Юрївна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університету митної справи та фінансів

Коваленко Богдан Сергійович

студент економічного факультету
Університету митної справи та фінансів

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Делегування логістичних функцій на аутсорсинг для підприємств багатьох провідних країн світу є інноваційною технологією. Але при цьому аналіз надання послуг логістичного аутсорсингу виступає одним із складних питань сучасної ринкової економіки. На основі вивчення світового досвіду та з врахуванням специфіки розвитку українського ринку логістичних провайдерів запропоновано шляхи впровадження аутсорсингу та напрямки вдосконалення стану логістичного сервісу.

Ключові слова: аутсорсинг, логістичний оператор, логістика, логістичний сервіс, ланцюги поставок.

Постановка проблеми. Одним з основних напрямків стратегії розвитку підприємства стає концентрація на пріоритетних видах бізнесу й операціях. Це сприяє раціональному розподілу ресурсів підприємства на ті види бізнесу, які є конкурентоспроможними чи мають певні переваги технологія, ноу-хау, спеціальне устаткування, підготовлені кадри. Такий підхід у західній практиці називається визначенням «ключової компетенції» (core competence). У зв'язку із цим усе більше поширення у світовій практиці здобуває аутсорсинг (outsourcing). Тому передача логістичних функцій на аутсорсинг для українських підприємств є інноваційною технологією і потребує ретельного вивчення світового досвіду та пошуку шляхів впровадження із врахуванням специфіки розвитку українського ринку логістичних провайдерів.

Аналіз досліджень і публікацій. В економічній науці дослідженням проблем аутсорсингу присвячені праці багатьох вчених та дослідників, серед яких: Молчанова К.М., Шарчук Т.В., Тараненко Ю.В., Мінакова С.М., Крикавський С.В.,

Біловодська О.А., Широкова А.В., Шарчук Т.В., Стройко Т.В., Пасічник А.М. та інші. Однак різноманітні оцінки до теоретичного та практичного аспекту логістичного аутсорсингу потребують подальшої розробки та систематизації.

Постановка завдання. Мета дослідження – визначити та узагальнити теоретичні засади логістичного аутсорсингу як стратегії, розглянути аспекти доцільності та основні мотиви передачі логістичних функцій на аутсорсинг в умовах специфіки розвитку національного ринку та запропонувати практичні рішення з метою підвищення рівня логістичних відносин та логістичного аутсорсингу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі бізнес відносини будуються в умовах високої конкуренції, невизначеності та нестійкості ринкового середовища. Для успішного управління організацією недостатньо використовувати економічні, маркетингові та інші підходи. Потрібне застосування сучасних високоефективних способів і методів управління логістичними потоковими процесами. Аналізуючи

діяльність логістичних систем зарубіжних країн, можна відзначити зростання зацікавленості в удосконаленні процесів розподілу й завоюванні стійкого стану на ринку за рахунок створення переваг у конкурентній боротьбі, оскільки можливості зниження витрат за рахунок звичайної раціоналізації виробництва вичерпуються.

Аналіз надання послуг логістичного аутсорсингу є одним із складних питань сучасної ринкової економіки. В конкурентній боротьбі на усталених ринках на перший план виходять такі важелі, як скорочення та оптимізація витрат шляхом розвитку ключових компетенцій та підвищення їх питомої ваги у власній діяльності за рахунок скорочення непрофільних напрямів діяльності. Відповідно розвиток та використання аутсорсингу стало найбільш сучасною та ефективною концепцією в управлінні бізнесом.

Не випадково, що в сучасних економічних реаліях логістичний аутсорсингу є найбільш поширеним видом аутсорсингу, хоча досить активно розвивається також юридичний, бухгалтерський, кадровий, ІТ-аутсорсинг. Логістичний аутсорсинг – це залучення сторонньої організації для виконання усіх або частини логістичних функцій з метою вдосконалення діяльності підприємства. Діапазон аутсорсингу у сфері логістики ланцюга поставок може бути вузьким, обмеженим закупівлею деяких функцій, таких, як транспорт чи складування, або широким, який охоплює комплексні угоди, що стосуються управління цілим ланцюгом постачання [1].

Якщо досліджувати окремо видовий склад логістичного аутсорсингу, то на сучасному етапі розвитку сформувалися п'ять основних його видів. Загальна класифікація провайдерів (операторів) логістичних послуг, тобто класифікація логістичного аутсорсингу здійснюється на основі терміна “Party Logistics” (PL) – стороння логістика, при цьому розрізняють її чотири

рівні (4 PL-оператори). I рівень – це внутрішня логістика, де усі послуги з транспортування, складського зберігання і супутнього сервісу зосереджені всередині організації замовника. II рівень – одна або кілька компаній провайдерів виконують для замовника базові логістичні послуги (транспортування і складське зберігання). III рівень – комплексне управління процесами транспортування та зберігання вантажів. IV рівень – компанія -провайдер, виконуючи функції SPL-провайдера логістичних послуг, також виконує функції планування логістичних операцій, наймання та координацію роботи субпідрядників інших рівнів тощо [2].

Деякі автори виділяють ще й V – п'ятий рівень (5PL) – електронна логістика. Причина виділення додаткового рівня пояснюється тим, що необхідність постійного перегляду пакетів послуг, які надаються споживачам, призвела до розширення функцій логістичного оператора і введення нового поняття 5PL – провайдер [1] (рис. 1.1).

Таким чином, аутсорсинг є стратегічним партнерством, коли кожна сторона хоче досягти успіху, пристосовуючи свої процеси до обслуговування процесів партнера. Логістичний аутсорсинг є формою співробітництва, де обов'язково присутній незалежний надавач послуг. У той же час на першому рівні сторонньої логістики (субпідрядні логістичні послуги) існують як незалежні, так і підконтрольні замовникові, через відносини власності та інші форми, логістичні провайдери (холдингові структури, обслуговуючі кооперативи та ін.).

Можна констатувати, що логістика на її сучасному рівні розвитку є комплексним (системним) методом розробки стратегій і механізму оптимізації господарчих зв'язків на основі міжфірмових чи міжфункціональних економічних компромісів. Логістичний підхід на сучасному етапі варто розглядати як ключовий елемент

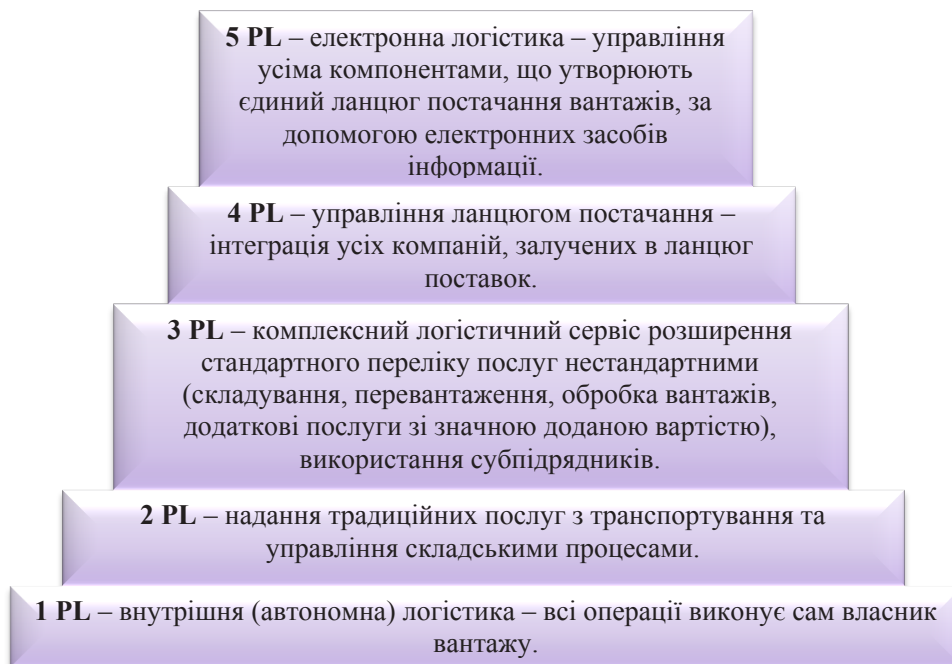


Рис. 1.1. Логістична піраміда [3]

конкурентної ринкової стратегії підприємства, як ключову первинну діяльність із забезпечення конкурентних переваг.

В Україні практика ще далека від теорії. Вантажовласники вважають за краще віддавати стороннім компаніям обмежений спектр транспортних послуг, найчастіше – доставку та складування. Динаміка українського ринку за останні роки визначалася не стільки прагненням компаній-клієнтів до оптимізації бізнес-процесів за рахунок аутсорсингу непрофільних напрямків діяльності та залучення до управління ланцюжками поставок логістичних операторів, скільки зростанням потреб у транспортуванні і складуванні вантажів в умовах поживлення економіки та збільшення споживчого попиту.

Варто особливо відзначити, що активно розвиваються аутсорсинг: 3PL і 4PL операційна діяльність. Зростає активність логістичного бізнесу. Все більше уваги звертається на аутсорсинг логістичних функцій торговельних і промислових підприємств з вхідного, вихідного, а в ряді випадків і внутрішньовиробничого транспортування, складського зберігання і управління запасами. Компанії-клієнти в усе більшому обсязі будуть передавати спеціалізованим логістичним компаніям функції обслуговування, пов'язані з прогнозуванням, плануванням і контролем над виконанням операцій. Вони планують цілком та повністю зосередитися на основних процесах і ключових компетенціях, які дозволяють їм заробляти гроші.

Але разом з тим розвитку логістичного аутсорсингу в Україні заважає низький попит на даний вид послуг з боку торговельних і промислових компаній. Відсутність попиту експерти пояснюють нерозумінням керівництвом компаній переваг передачі логістичних функцій спеціалізованим підприємствам, а також – небажанням вантажовласників користуватися послугами сторонніх організацій.

Дослідження досвіду використання логістичного аутсорсингу дозволило сформулювати наступну класифікацію переваг і недоліків використання аутсорсингу в логістиці на різних рівнях діяльності (табл. 1.1).

Багатьом компаніям логістичний аутсорсинг дає можливість оптимізувати витрати і зосередитися на основній діяльності без необхідності містити автопарк, склад, відповідний персонал, забезпечення серйозної IT – підтримки, наявності значної інфраструктури. Крім того, компанії, що роблять послуги доставки, внаслідок високої конкуренції на ринку більш мотивовані і працюють ефективніше за власні підрозділи компаній. Для невеликих і середніх компаній вибудовувати логістику самостійно дорого, у той час коли розвиток бізнесу потрібно постійного зниження витрат.

Основні напрями удосконалення організаційно-економічного механізму формування логістичного аутсорсингу на основі оптимізації найбільш поширених 3PL-клієнтських відносин представлені на рис. 3.2.

В умовах регіональних трансформацій важливою перспективою оптимізації 3PL-клієнтських відносин та встановлення успішних партнерських відносин виступають:

- контроль. Дослідження обґрунтовують необхідність вантажовідправнику контролювати відносини з 3PL операторами, при чому найкраще відносини координуються на основі формальних планів, які узгоджені обома сторонами. Цікаво, що деякі користувачі 3PL послуг заявляють, що вони відчують, що звернення до 3PL-операторів може призвести до відсутності контролю через їх ланцюжкові поставки, у той час як багато поточних користувачів припускають, що першою перевагою для їх рішення про аутсорсинг є посилення контролю;

- зниження ризиків. Це один з ключових напрямків в якому клієнти і логістичні оператори повинні бути вирівняні, зокрема, сприяти колективній відповідальності, у разі потреби, щоб спробувати пом'якшити або усунути наслідки конкретного фактору ризику. Розробка планів розвитку управлінської реакції також має бути одним з ключових елементів сталого процесу зниження ризиків;

- постійне вдосконалення та допомога. Регулярні огляди бізнесу включають в себе зворотний зв'язок від клієнтів до 3PL, але найбільш корисні огляди також забезпечують зворотний

Таблиця 1.1

Переваги та недоліки використання логістичного аутсорсингу

Рівні	Переваги	Недоліки
Фінансовий рівень	- зменшення логістичних витрат; - візуалізація логістичних витрат; - можливість використання рідкісних ресурсів в інших видах діяльності; - скорочуються витрати залучення фахівців.	- збільшення частки трансакційних витрат; - незаплановані витрати або додаткові виплати; - труднощі кількісного визначення економії.
Організаційний рівень	- відсутня необхідність у розширенні штату компанії; - фокусування зусиль та ресурсів на «ключових компетенціях»; - спрощення структури управління компанії; - розподіл відповідальності з аутсорсером.	- залежність від інших; - недостатній вплив на логістичного оператора; - зниження продуктивності власних співробітників; - зниження якості сервісу, при несумлінності аутсорсера.
Стратегічний рівень	- повний спектр послуг від одного поставальника; - гарантія професійної відповідальності; - мінімізація логістичних ризиків; - впровадження новітніх технологій.	- не виконання договірних зобов'язань та покладених функцій в повному обсязі; - проблеми координації; - обмеження поставок; - можлива не узгодженість дій аутсорсера зі стратегією підприємства.

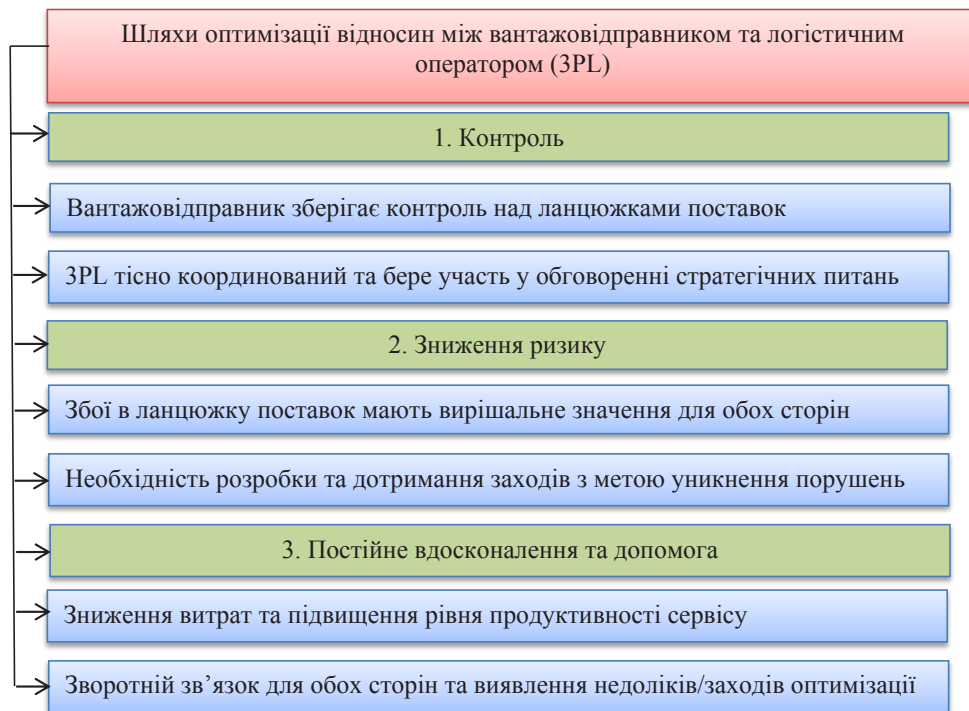


Рис. 3.2. Шляхи оптимізації 3PL відносин

[Розроблено автором за даними джерела 4]

зв'язок від 3PL клієнтам. Враховуючи темпи перетворень в сучасному діловому світі, ніщо не стоїть на місці дуже довго, і логістичні ланцюги не виняток. Надзвичайно необхідний процес безперервного вдосконалення, щоб бути невід'ємною частиною 3PL-взаємовідносини з клієнтами.

Логістичні оператори повинні мати план, який враховує стратегічні і тактичні елементи відносин, необхідно також, щоб план був підтриманий системами і технологіями, які впливають на щоденні робочі процеси як для вантажовідправників, так і 3PL-операторів. По суті, вантажовідправники та їх логістичні оператори повинні спільно визначити, які ресурси необхідні для досягнення цілей та які заходи можуть позитивно впливати на кінцевий результат діяльності.

Тому концепція логістичного аутсорсингу полягає в відсутності необхідного використання власних ресурсів для реалізації логістичних операцій, які організація може довірити зовнішньому партнеру. Багато організацій, приймаючи рішення про логістичний аутсорсинг, не відмовляються від виконання окремих логістичних функцій, тому що вже мають необхідне складське господарство.

Має сенс обирати аутсорсинг, якщо досягається досить висока відповідність стратегії і цілям компанії, вибраним цільовим критеріям (вартість послуги, показники якості і надійності виконання послуги, гнучкість логістичного контрагента в наданні послуги і т. д.), а також є висока вірогідність збереження ключових компетенцій підприємства при переході на аутсорсинг. У зворотному випадку, тобто при низькій відповідності стратегії компанії, цільовим критеріям і низькій вірогідності збереження ключових компетенцій

внаслідок, наприклад, втрати прав власності на унікальні продукти або технології, доцільно вибрати інсорсинг.

Адже основні завдання логістичного аутсорсингу полягають в скороченні витрат на фінансування розвитку; другорядні витрати переводяться з постійних в змінні; з'являється можливість зосередитися на основній діяльності компанії, не відволікаючи ресурси на бізнес-процеси, що забезпечують; можна швидко і якісно провести необхідні зміни в компанії, знижується тривалість технологічних процесів; при переході на аутсорсинг компанія отримує компенсацію вищого класу.

Тому для ефективної реалізації стратегії логістичного аутсорсингу потрібна довіра і розуміння контрагентів, спільне узгодження цілей і стратегій, взаємна участь в ухваленні рішень. Перспектива успішного аутсорсингу – це, передусім, прагнення до довготривалого стратегічного партнерства при спеціалізації партнерів на своїх ключових компетенціях.

Висновки з проведеного дослідження. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити висновки та сформулювати рекомендації, які мають теоретико-методологічне та науково-практичне значення, а саме:

1. Визначено п'ять основних груп за загальною класифікацією провайдерів (операторів) логістичних послуг, на основі терміна "Party Logistics" (PL) -стороння логістика

2. Встановлено, що багатьом компаніям логістичний аутсорсинг дає можливість оптимізувати витрати і зосередитися на основній діяльності без необхідності містити автопарк, склад, відповідний персонал, забезпечення серйозної

ІТ – підтримки, наявність значної інфраструктури. Крім того, компанії, що роблять послуги доставки, внаслідок високої конкуренції на ринку більш мотивовані і працюють ефективніше за власні підрозділи компаній. Для невеликих і середніх компаній вибудовувати логістику самостійно дорого, у той час коли розвиток бізнесу потрібно постійного зниження витрат.

3. Сформовано основні напрями удосконалення організаційно-економічного механізму формування логістичного аутсорсингу в умовах регіональних трансформацій на основі оптимізації найбільш поширених 3PL-клієнтських відносин. Визначено три основні види компетентностей логістичних компаній – контроль, зниження ризиків, постійне вдосконалення та допомога.

Література:

1. Молчанова К.М. Класифікація операторів логістичних послуг [Текст] / К.М. Молчанова // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць. – Випуск 22. – К.: Національний авіаційний університет, 2009. – С. 117-121.
2. Шарчук Т.В. Логістичний аутсорсинг – шлях до оптимізації управління бізнес-процесами на підприємстві / Т.В. Шарчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Серія: «Логістика». – 2008. – № 633 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2008_633/112.pdf.
3. Тараненко Ю.В. Аналіз ринку логістичних послуг / Ю.В. Тараненко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2015. – Випуск 12. Частина 3. – С. 219-222, с. 221.
4. Мінакова С.М. Моніторинг логістичної інфраструктури в умовах глобалізації / С.М. Мінакова // Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал. – Випуск 5 (54). – Тернопіль: СМП «ТАЙП», листопад 2014. – С. 25-27.
5. Крикавський Є. В., Чернописька Н.В. Логістичні системи: Навч. пос. – Львів: В-во НУ «ЛП», 2009. – 264 с, с. 107.
6. Біловодська О.А. Оцінка логістичного аутсорсингу інноваційно активного підприємства [Текст] / О.А. Біловодська, Д.А. Лагунова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С. 13-23.

Пікуліна Надежда Юрьевна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри підприємництва і економіки підприємств

Університету таможенного дела и финансов

Коваленко Богдан Сергеевич

студент економічного факультета

Університету таможенного дела и финансов

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ЛОГИСТИЧЕСКОГО АУТСОРСИНГА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

Делегирование логистических функций на аутсорсинг для предприятий многих ведущих стран мира является инновационной технологией. Но при этом анализ предоставления услуг логистического аутсорсинга выступает одним из сложных вопросов современной рыночной экономики. На основе изучения мирового опыта и с учетом специфики развития украинского рынка логистических провайдеров предложены пути внедрения аутсорсинга и направления совершенствования состояния логистического сервиса.

Ключевые слова: аутсорсинг, логистический оператор, логистика, логистический сервис, цепи поставок.

Pikulina Nadezhda Yurievna

candidate of economic sciences,

Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Enterprise Economics

University of Customs and Finance

Kovalenko Bogdan Sergeevich

student of the Faculty of Economics

University of Customs and Finance

WAYS OF IMPROVING THE PROVISION OF LOGISTIC OUTSOURCING SERVICES IN THE CONDITIONS OF MARKET ECONOMY

Summary

The delegation of logistics functions to outsourcing to enterprises of many leading countries of the world is an innovative technology. But at the same time the analysis of the provision of logistics outsourcing services is one of the most complex issues of the modern market economy. Based on the study of the world experience and taking into account the specifics of the development of the Ukrainian market of logistics providers, ways of introducing outsourcing and directions of improving the state of logistics service are suggested.

Key words: outsourcing, logistics operator, logistics, logistics service, supply chain.

УДК 657.42

Ковальчук Богдан Сергійович
студент

Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ОБЛІК НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ, УЗАГАЛЬНЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

У статті висвітлені види необоротних активів відповідно до національних та міжнародних стандартів. Розглянуті складові та порядок визначення первісної вартості основних засобів. Наведені відмінності в підходах до процесу нарахування амортизації основних засобів у вітчизняній та міжнародній практиці. Досліджено відображення в обліку інформації про нематеріальні активи згідно з національними та міжнародними стандартами.

Ключові слова: необоротні активи, основні засоби, нематеріальні активи, первісна вартість, ліквідаційна вартість, амортизація, дослідження, розробка, фінансова звітність, національні стандарти, міжнародні стандарти.

Постановка проблеми. Діяльності будь-якого суб'єкта господарювання передбачають раціональне використання ресурсів. Ефективне використання і необхідність контролю зростає за умови значних капітальних вкладень у ресурси. Тому саме необоротні активи, вартість яких є найвагомішою частиною майна підприємства, потребують належної організації та ведення обліку з метою інформаційного забезпечення системи управління. При цьому чим більше рівнів містить система управління підприємством, тим складніший процес отримання, накопичення та подання інформації керівництву, а також оперативності здійснення господарських операцій та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з необоротними активами.

Організація та ведення бухгалтерського обліку необоротних активів, а також аналіз та контроль їх ефективного використання має свої особливості. Варто також зазначити, що нормативній регламентації окресленої сфери діяльності притаманна певна динаміка. Це, у свою чергу, ще більше унеможливорює ефективність, відповідальність, підзвітність та прозорість управління необоротними активами підприємства, що і зумовило актуальність обраної теми дослідження.

В даний час проводиться реформування нормативного забезпечення бухгалтерського обліку загалом, а необоротних активів зокрема, шляхом створення системи стандартизації бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних вимог та потреб оподаткування, що вкотре підкреслює необхідність наукових досліджень з метою обґрунтування доцільності виокремлення конкретних об'єктів обліку, їх аналітичної деталізації, класифікації за ознаками, що відповідають напрямкам їх формування та використання, методики їх вартісного вираження та відображення в обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Необоротні активи підприємства є предметом уваги економічної науки на різних етапах її розвитку. Значний внесок у розробку економічних та облікових теоретичних і практичних аспектів необоротних активів внесли провідні вітчизняні дослідники, а саме: І.А. Бланк, Ф.Ф. Бутинець, Л.В. Городянська, А.Г. Загородній, С.О. Левицька, Л.Г. Ловінська, Н.М. Малога та інші, а також зарубіжні вчені, такі як: Л.В. Зубарева, Б. Нідлз,

М.Р. Метьюс, Я.В. Соколов та інші. Але постійна зміна облікового та податкового законодавства, інтеграційні процеси, вимагають зміни як термінологічного наповнення, так і підходів до методики обліку необоротних активів.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в порівнянні ведення обліку необоротних активів згідно з національними стандартами та міжнародними стандартами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна інтеграція та політична інтеграція України з Європейським Союзом, надання прозорості, достовірної, якісної інформації зарубіжним інвесторам, зумовлюють вдосконалення бухгалтерського обліку в Україні та гармонізацію її нормативно-правової бази з Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ). Мета розвитку бухгалтерського обліку, застосування та удосконалення Положень (стандартів) бухгалтерського обліку та розкриття інформації у фінансовій звітності підприємств визначила на прямих вдосконалення системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні. Крім того, однією із тенденцій розвитку бухгалтерського обліку в Україні є узгодження існуючих вимог оподаткування з вимогами обліку.

Як зазначалось вище, до необоротних активів належать: основні засоби, нематеріальні активи, інші необоротні матеріальні активи, довгострокові фінансові інвестиції, капітальні інвестиції, довгострокові біологічні активи, відстрочені податкові активи, довгострокова дебіторська заборгованість та інші необоротні активи. Відповідно бухгалтерський облік та формування інформації в звітності зазначених активів на національному рівні регулює П(С)БО 7, 12, 28, 32 та інші на міжнародному однойменні МСБО 16, 38, 36, 40 тощо.

Що стосується міжнародних стандартів, то МСБО та МСФЗ демонструють схожий підхід. Порівняння міжнародного та вітчизняного облікового підходів доцільно здійснювати в розрізі основних видів необоротних активів, які використовує в своїй діяльності досліджуване підприємство.

З метою порівняння особливостей обліку основних засобів за національними та міжнародними стандартами розглянемо особливості їх визнання, класифікацію, оцінку та переоцінку, надходжен-

ня й вибуття, порядок нарахування амортизації, а також відображення інформації про основні засоби у фінансовій звітності.

Відповідно до національних стандартів одиницею обліку є об'єкт основних засобів, відповідно визначено, що до такого об'єкту належить. Натомість МСБО 16 не визначає, що саме є об'єктом основних засобів. Тому для встановлення об'єкту обліку, який у конкретній ситуації визнається як основних засіб, потрібно застосувати професійне судження.

МСБО 16 містить лише примірну класифікацію основних засобів, які поділяють на класи. Відповідно до зазначеного стандарту клас основних засобів – це група активів, однакових за характером і способом використання в діяльності суб'єкта господарювання. Прикладами окремих класів є: земля; земля та будівлі; машини та обладнання; кораблі; літаки; автомобілі; меблі та приладдя; офісне обладнання. Отже, підприємство, що звітує за МСФЗ, може розробляти власну класифікацію, закріпивши її в документі про облікову політику.

У системі МСФЗ такого малоцінного класу основних засобів як МНМА окремо не виділено. МСБО 16 надає лише визначення та приклади окремих класів, залишаючи прийняття рішення щодо класифікації за підприємством, при цьому вони враховують усі критерії визнання та вимоги, зокрема, МСБО 16 дозволяє групувати окремо незначні об'єкти та обліковувати їх за сукупною вартістю, тобто як один об'єкт.

Залежно від джерела надходження необоротних активів на підприємство складові та порядок визначення первісної вартості об'єкта мають свої особливості.

Базовий перелік витрат, що формують первісну вартість наведено у відповідних національних та міжнародних стандартах. Наведено порівняльну характеристику у вигляді таблиці 1.

Отже, можна відмітити, що стосовно основних статей особливих відмінностей немає, однак в МСБО не деталізовано формування собівартості щодо окремих шляхів надходження основних засобів на підприємство. Крім зазначеного, МСБО містить перелік статей, що не може бути віднесено до собівартості об'єкту основних засобів.

Відповідно до МСБО 16 суб'єкт господарювання має обирати своєю обліковою політикою або модель собівартості, або модель переоцінки, і йому слід застосовувати цю політику до всього класу основних засобів.

В національному стандарті поняття зазначених моделей подальшої оцінки відсутні, тільки приділено увагу переоцінці основних засобів.

Наступним напрямком дослідження виступає процес переоцінки основних засобів, в якому суттєвих відмінностей між МСБО 16 та П(С)БО 7 не спостерігається, але українські стандарти чіткіше зазначають ту межу, яка призводить до необхідності проведення переоцінки. За міжнародними стандартами ця межа зазначається як така, що «суттєво відрізняється» від балансової вартості.

Подальше використання об'єкта основних засобів в діяльності підприємства передбачає обов'язкове нарахування їх амортизації.

У П(С)БО 7 «Основні засоби» амортизація визначена як систематичний розподіл амортизованої вартості необоротного активу протягом строку його корисного використання. Це формулювання практично аналогічне визначеному в МСБО 16 [1, 2].

Різниця полягає в підходах до процесу нарахування амортизації, так в МСБО 16 чітко визначено, що амортизацію не варто припиняти, коли актив не використовується або він тимчасово вибуває з активного використання. В національному стандарті наведено протилежну думку. Крім того в П(С)БО 7 зазначено про обов'язкове щомісячне нарахування амортизації, в МСБО така вимога відсутня.

Для нарахування амортизації перш за все необхідно визначитись з основними її елементами, а саме: первісна вартість, ліквідаційна вартість, строк служби (експлуатації) об'єкту та метод нарахування амортизації.

У П(С)БО 7 «Основні засоби» ліквідаційну вартість визначено як суму коштів або вартість інших активів, яку підприємство очікує одержати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення терміну їх корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних із продажем (ліквідацією) [2].

Стосовно підходів до сутності ліквідаційної вартості також існують певні відмінності, так, в МСБО 16 зазначено, що це сума, яку суб'єкт господарювання отримав би на поточний час від вибуття активу. Тобто при формуванні первісної вартості необхідно здійснювати оцінку виходячи з поточних даних, а не прогнозової вартості. МСБО 16 наполягає також на тому, що ліквідаційну вартість потрібно переглядати щороку [1].

Сума ліквідаційної вартості величина прогнозна, тому може дорівнювати нулю. Крім того, в МСБО 16 визначено, що ліквідаційна вартість може не вплинути на розрахунок амортизованої вартості, якщо відповідна сума не суттєва. Однак практики застерігають від переважного визначення ліквідаційної вартості на рівні нуля [1].

Одним з основних факторів нарахування амортизації є термін корисного використання, який визначається як очікуваний період часу, протягом якого необоротні активи використовуватимуться підприємством або з їх використання буде виготовлено (виконано) очікуваний підприємством обсяг продукції (робіт, послуг) [2].

У вітчизняній практиці мінімальний термін корисного використання жорстко регламентується Податковим кодексом України.

До основних чинників, що впливають на встановлення терміну корисного використання можна віднести: очікуваний режим експлуатації об'єкта з урахуванням його продуктивності та потужності, передбачуваний фізичний та моральний знос, правові або інші обмеження, що стосуються терміну використання, крім того до них також можна віднести і специфічні фактори, наприклад, ремонтна політика, кліматичні умови, в яких використовуються активи тощо.

П(С)БО 7 визначає, що термін експлуатації об'єкта основних засобів переглядають у випадку зміни очікуваних економічних вигід від

Таблиця 1

**Складові первісної вартості об'єкта основних засобів
відповідно до національних та міжнародних стандартів обліку**

Складові первісної вартості об'єкта основних засобів відповідно до П(С)БО 7	Елементи первісної вартості (собівартості) об'єкта основних засобів відповідно до МСБО 16
Первісна вартість об'єкта основних засобів складається з таких витрат: - суми, що сплачують постачальникам активів та підрядникам за виконання будівельно-монтажних робіт (без непрямих податків); - реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються в зв'язку з придбанням (отриманням) прав на об'єкт основних засобів; - суми ввізного мита; - суми непрямих податків у зв'язку з придбанням (створенням) основних засобів (якщо вони не відшкодовуються підприємству/установі); - витрати зі страхування ризиків доставки основних засобів; - витрати на транспортування, установку, монтаж, налагодження основних засобів; - інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням основних засобів до стану, у якому вони придатні для використання із запланованою метою. Фінансові витрати не включаються до первісної вартості основних засобів, придбаних (створених) повністю або частково за рахунок запозичень (за винятком фінансових витрат, які включаються до собівартості кваліфікаційних активів відповідно до П(С)БО 31 «Фінансові витрати». Первісна вартість об'єкта основних засобів збільшується з одночасним створенням забезпечення на об'єкт розрахунком суми зобов'язання, яке відповідно до законодавства виникає у підприємства щодо демонтажу, переміщення цього об'єкта та приведення земельної ділянки, на якій він розташований, у стан, придатний для подальшого використання.	Собівартість об'єкта основних засобів складається з: а) ціни його придбання, включаючи імпортні мита та податки, що не відшкодовуються, на придбання після вирахування торговельних знижок та цінових знижок. б) будь-яких витрат, які безпосередньо пов'язані з доставкою активу до місця розташування та приведення його в стан, необхідний для експлуатації у спосіб, визначений управлінським персоналом. в) первісної попередньої оцінки витрат на демонтаж, переміщення об'єкта та відновлення території, на якій він розташований, зобов'язання за якими суб'єкт господарювання бере або коли купує цей об'єкт, або коли використовує його протягом певного періоду з метою, яка відрізняється від виробництва запасів протягом цього періоду. Приклади безпосередньо пов'язаних витрат: а) витрати на виплати працівникам (МСБО 19 «Виплати працівникам»); б) витрати на впорядкування території; в) первісні витрати на доставку та розвантаження; г) витрати на встановлення та монтаж; г) витрати на перевірку відповідного функціонування активу після вирахування чистих надходжень від продажу будь-яких об'єктів під час доставки активу до теперішнього місця розташування та приведення в теперішній стан; г) гонорари спеціалістам. МСБО 2 «Запаси» застосовується до витрат на зобов'язання щодо демонтажу, переміщення та відновлення території, на якій розташований об'єкт, що виникають протягом певного періоду внаслідок використання об'єкта для виробництва запасів протягом цього періоду.
Первісна вартість безоплатно отриманих основних засобів дорівнює їх справедливій вартості на дату отримання	Окремо не визначено
Первісною вартістю основних засобів, що внесені до статутного капіталу підприємства, визнається погоджена засновниками (учасниками) підприємства їх справедлива вартість	Окремо не визначено
Первісна вартість об'єктів, переведених до основних засобів з оборотних активів, товарів, готової продукції тощо дорівнює її собівартості, яка визначається згідно з П(С)БО 9 «Запаси» та 16 «Витрати»	Окремо не визначено
Первісна вартість об'єкта основних засобів, отриманого в обмін на подібний об'єкт, дорівнює залишкової вартості переданого об'єкта основних засобів. Якщо залишкова вартість переданого об'єкта перевищує його справедливую вартість, то первісною вартістю об'єкта основних засобів, отриманого в обмін на подібний об'єкт, є справедлива вартість переданого об'єкта з включенням різниці до витрат звітного періоду	Собівартість такого об'єкта основних засобів оцінюється за справедливою вартістю, якщо а) операція обміну має комерційну сутність та б) справедливую вартість отриманого активу або відданого активу можна достовірно оцінити. Якщо придбаний об'єкт не оцінюється за справедливою вартістю, його собівартість оцінюють за балансовою вартістю відданого активу.
Первісна вартість об'єкта основних засобів, придбаного в обмін (або частковий обмін) на неподібний актив, дорівнює справедливій вартості переданого немонетарного активу, збільшеній (зменшеній) на суму грошових коштів чи їх еквівалентів, що була передана (отримана) під час обміну.	

його використання, однак в МСБО наведено більш жорсткіші умови. Так, термін корисної експлуатації слід переглядати, як мінімум, на кінець кожного фінансового року. І якщо, він відрізняється, зміни відображати як зміни в обліковій політиці відповідно до МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» [1].

У вітчизняній практиці виділяють п'ять основних методів нарахування амортизації: прямолінійний; зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивний; виробничий.

Крім того, виділяють спрощені методи нарахування амортизації, згідно з якими амортизацію малоцінних необоротних матеріальних активів і

бібліотечних фондів дозволено нараховувати не тільки прямолінійним і виробничими методами, але й «50%/50%» та «100%».

В МСБО наведено три основних методи: прямолінійний, зменшення за-лишку, суми одиниць продукції. Однак, на справді, методи зазначені скоріше як приклад, оскільки зазначений стандарт не містить обмежень щодо використання іншої амортизаційної політики.

При прийнятті рішення про продаж основних засобів, необхідно врахувати їх переведення до категорії необоротних активів, утримуваних для продажу, та припинення діяльності, що регламентується однойменним національним стандартом П(С)БО 27 та МСФЗ 5 «Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність».

Однак, перед переведенням основних засобів до складу запасів необхідно перевірити чи дотримуються всі передбачені стандартом критерії. Основним критерієм є висока ймовірність продажу. При цьому в МСФЗ 5 чітко значно, що для підвищення ймовірності продажу, необхідно розробити план продажу активу та його виконання. Крім того МСФЗ висуває жорсткіші умови щодо продовження терміну реалізації основного засобу.

В національному законодавстві окремо виділяють випадки вибуття основних засобів як внесок до статутного капіталу іншого підприємства, безкоштовна їх передача, в т.ч. підприємствам державного сектору тощо. В міжнародній практиці окреме виділення подібних випадків відсутнє.

Завершальним етапом бухгалтерської обробки інформації, як відомо, є складання фінансової звітності. Слід відмітити, що згідно вимог МСБО 16 «Основні засоби», незавершені капітальні інвестиції у звітності показують у складі основних засобів, у той час як вітчизняний «Звіт про фінансовий стан», згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», містить

окрему передбачену для цього статтю (рядок 1005). Крім того, міжнародні стандарти не передбачають окремого відображення розміру накопиченої амортизації (зносу). Цю інформацію доцільно надати у примітках. Відповідно до МСФЗ, підприємства мають право відображати основні засоби і нематеріальні активи або за їх залишковою вартістю, або за первісною вартістю і сумою зносу, поданою в дужках. Вітчизняним суб'єктам господарювання така альтернатива не надається.

Існують певні відмінності щодо відображення в обліку інформації про нематеріальні активи підприємства (табл. 2).

Крім того враховуючи особливості створення нематеріальних активів доцільно дослідити сутність понять «дослідження» та «розробка» за вітчизняними та міжнародними стандартами (табл. 3).

Міжнародна методика відображення в обліку та звітності зменшення корисності необоротних активів висвітлюються в МСБО 36 «Зменшення корисності активів».

Зменшення корисності означає, що очікувана економічна вигода від використання об'єкта активів не буде отримана у зв'язку з утратою цим об'єктом частини первісної цінності, наприклад, у результаті аварії, заподіяної шкоди, технічного зносу тощо.

В 2004 році методологічні засади формування інформації про зменшення корисності активів та її розкриття у фінансовій звітності було викладено у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 28 «Зменшення корисності активів» [3], який було створено на базі Міжнародного стандарту бухгалтерського обліку.

Ознаки, за яких виникає необхідність перевірки необоротних активів на зменшення корисності згідно з міжнародним досвідом поділяються на внутрішні та зовнішні. Ці ознаки не є вичерпними і можуть доповнюватися підприємством самостійно, зважаючи на специфіку їхньої діяльності.

Таблиця 2

**Особливості відображення в обліку інформації про нематеріальні активи
відповідно до національних та міжнародних стандартів обліку**

Ознака	П(С)БО 12 «Нематеріальні активи»	МСБО 38 «Нематеріальні активи»
Елементи, що відносяться до нематеріальних активів	Права користування природними ресурсами, майном, права на комерційні призначення, на об'єкти промислової власності, авторське право та суміжні з ними права, інші нематеріальні активи	Програмне забезпечення, патенти, авторські права, права на обслуговування, ліцензії, імпортерські квоти, франшизи
Первісна оцінка	Первісною вартістю є їх справедлива вартість на дату отримання з урахуванням витрат, передбачених п.11 П(С)БО 8	Підприємство може обрати первісне визнання як нематеріальних активів, так і гранту за справедливою вартістю
Переоцінка	Переоцінка може проводитися за справедливою вартістю на дату балансу тих активів, щодо яких існує активний ринок. У разі переоцінки окремого об'єкта, слід переоцінити всі активи групи	Визначено два підходи: після первісного визнання нематеріальний актив слід відображати за його собівартістю або за переоціненою сумою, яка є його справедливою вартістю на дату переоцінки
Термін корисного використання	Строк корисного використання обмежується тим, що зазначений у правовстановлюючому документі; для 4 та 5 груп – відповідно не менше – 5 років, в інших випадках – 10 років	Термін корисного використання обмежений строком отримання економічних вигод від нематеріального активу, якщо його не можливо визначити, то приймається термін 20 років
Метод амортизації	Конкретний метод не зазначено	Виключно прямолінійний
Нарахування амортизації	Нарахування амортизації здійснюється протягом строку їх використання, який встановлюється при визнанні об'єкта	Нарахування амортизації слід починати, коли цей актив є наявним у використанні

Таблиця 3

**Порівняння сутності понять «дослідження» та «розробка»
за вітчизняними та міжнародними стандартами**

Стандарт	Дослідження	Розробка
П(С)БО 8	Заплановані і вперше про-ведені підприємством дослідження, ціль яких полягає в одержанні і розумінні нових наукових і технічних знань	Застосування підприємством результатів дослідження та інших знань для планування і проектування нових або значно вдосконалених матеріалів, приладів, продуктів, процесів, систем або послуг до початку їхнього серійного виробництва чи використання
МСФЗ 38	Оригінальні та заплановані наукові дослідження, що проводяться з перспективою отримання нових наукових та технічних знань	Застосування наукових відкриттів або інших загнань для планування або конструювання чи істотно поліпшених матеріалів, пристроїв, продуктів, процесів, систем або послуг до початку їх комерційного використання або застосування

Враховуючи міжнародний досвід доцільно внести зміни до П(С)БО 28 «Зменшення корисності активів» стосовно взаємозв'язку процедури визначення корисності та переоцінки активів, а також розмежувати чинники зовнішнього та внутрішнього впливу на зміну корисності об'єктів.

Свідченням можливого зменшення корисності також можуть бути наступні показники фінансової звітності:

- грошові потоки для придбаного активу, необхідні для його утримання, істотним чином перевищують заплановані;
- фактичні чисті грошові потоки або операційний прибуток (збиток) від активу суттєво нижче запланованих;
- значне зниження запланованих грошових або операційного прибутку або суттєвий приріст запланованого збитку від активу;
- операційні збитки або чисті грошові витрати для активу, коли до суми поточного періоду приєднані бюджетні суми майбутніх періодів [3].

Відповідно до МСБО 36, підприємство повинно оцінювати, чи існують ознаки можливого зменшення корисності активів на дату складання річного балансу. Якщо є така ознака, то підприємству необхідно визначити суму очікуваного відшкодування, а якщо її немає, то цю суму ви-

значати не потрібно. Проте, незалежно від того чи є ознаки, які вказують на зменшення корисності активу, підприємство обов'язково повинне визначати суму очікуваного відшкодування гудвілу та інших нематеріальних активів. При цьому, сумою очікуваного відшкодування є більша з двох оцінок: справедливої вартості активу за мінусом витрат на його вибуття та вартості використання активу.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, можна зазначити, що сучасний стан обліку необоротних активів в Україні значною мірою відповідає вимогам міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і звітності, однак має окремі невідповідності, які перш за все стосуються формування первісної вартості, переоцінки, нарахування амортизації тощо. Однак, зазначені невідповідності є закономірними, оскільки міжнародний обліковий стандарт носить загальний рекомендаційний характер та процес адаптації вітчизняної нормативної бази до вимог міжнародної все ще триває. Вирішення зазначених проблем дозволить гармонізувати національну систему обліку основних засобів відповідно до міжнародного досвіду, що особливо важливо для підприємств, що складають звітність з урахуванням вимог міжнародних стандартів.

Література:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» : виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку зі змінами станом на 01.01.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_014.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» : Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 28 «Зменшення корисності активів» : Наказ Міністерства фінансів України від 24.12.2004 № 817 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0035-05>.
4. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами / С.Ф. Голов, В.М. Костюченко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х. : Фактор, 2008. – 1008 с.
5. Петрук Н.В. Класифікація активів підприємств з урахуванням міжнародних стандартів фінансової звітності / Н.В. Петрук // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2010. – № 1. – С. 235-242.
6. Ужва А.М. Особливості обліку необоротних активів у міжнародній і вітчизняній практиці та шляхи його удосконалення / А.М. Ужва, Д.Ю. Бубліс // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1. – С. 286-288.
7. Хома С.О. Забезпечення вибуття основних засобів з експлуатації з урахуванням вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності / С.О. Хома // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 10 – С. 23-27.

Ковальчук Богдан Сергеевич

студент

Винницького торгово-економічного інститута

Київського національного торгово-економічного університету

УЧЕТ НЕОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ, ОБОБЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация

В статье освещены виды необоротных активов в соответствии с национальными и международными стандартами. Рассмотрены составляющие и порядок определения первоначальной стоимости основных средств. Приведены отличия в подходах к процессу начисления амортизации основных средств в отечественной и международной практике. Исследовано отражение в учете информации о нематериальных активах согласно национальным и международным стандартам.

Ключевые слова: необоротные активы, основные средства, нематериальные активы, первоначальная стоимость, ликвидационная стоимость, амортизация, исследования, разработка, финансовая отчетность, национальные стандарты, международные стандарты.

Kovalchuk Bogdan Sergeevich

Student

Vinnitsia Institute of Trade and Economics

of Kyiv National University of Trade and Economics

ACCOUNTING OF NON-CURRENT ASSETS ON INTERNATIONAL STANDARDS, GENERALIZATION OF INFORMATION IN FINANCIAL REPORTING

Summary

The article deals with the types of non-current assets are in accordance with national and international standards. Considered constituents and order of determination of primitive cost of the fixed assets. The brought differences over in going near the process of charging of the fixed assets amortization in domestic and international practice. A reflection is investigational in the account of information about non-material assets according to national and international standards.

Key words: non-current assets, fixed assets, non-material assets, initial cost, liquidating value, depreciation, research, development, financial reporting, national standards, international standards.

УДК 657.1

Ковтун Любов Іванівна

студентка

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Швець Віктор Григорович

доктор економічних наук,

професор кафедри облік та аудит

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

У статті визначено сучасний стан бухгалтерського обліку та проблеми його організації. Розглянуто специфічні особливості обліку в страхових компаніях України. Досліджено основні аспекти переходу на міжнародні стандарти. Запропоновано та обґрунтовано шляхи вирішення та удосконалення обліку в страхових компаніях.

Ключові слова: страхові компанії, бухгалтерський облік, Міжнародні стандарти фінансової звітності, перестрахування.

Постановка проблеми. Бухгалтерський облік – один з основних детекторів фінансового стану страхової компанії, а отже, він є надзвичайно важливим елементом економічного життя країни загалом. Основним завданням обліку є забезпечення повною та достовірною інформацією всіх користувачів, зокрема суб'єктів управління – для прийняття раціональних рішень, інвесторів та кредиторів – з метою налагодження співпраці з ними, податкових органів – для нарахування відповідних розмірів податків тощо. Для того,

щоб ці всі процеси відбувалися належним чином, була створена система регулювання бухгалтерського обліку страхових компаній, яка протягом тривалого часу змінювалася і вдосконалювалася. Але, на жаль, на сучасному етапі розвитку механізм регулювання має велику кількість недоліків та проблем, які необхідно вирішити та усунути. В цьому й полягає актуальність даної статті.

Хоча дана сфера стала об'єктом дослідження багатьох науковців, все ж таки існують проблеми, які залишилися нез'ясованими, і потребують

нагального вирішення. Ось, наприклад, вже більше десяти років вивчається питання переходу на Міжнародні стандарти фінансової звітності, але так і нема чітко визначеного та законодавчо обґрунтованого рішення, яке усунуло б назавжди цей недолік сучасного національного обліку.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні теоретичних та практичних положень щодо обліку та узагальнення особливостей бухгалтерського обліку в страхових компаніях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бухгалтерський облік у страхових компаніях регламентується насамперед загальною для всіх господарських суб'єктів нормативною базою, а саме: Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], Інструкцією № 291 [2], Податковим кодексом України [3]. Методологічне керівництво бухгалтерським обліком у страхових організаціях забезпечує Міністерство фінансів України.

Особливості діяльності страхових компаній висувають певні вимоги і до відображення господарських операцій таких підприємств. Тому в діяльності страхових компаній використовується ряд рахунків, які не застосовуються в інших галузях. Ці рахунки визначені Інструкцією № 291. Так, лише страхові компанії використовують рахунки 49 «Страхові резерви», 705 «Перестрахування», 76 «Страхові платежі», 904 «Страхові виплати» [8]. Названі рахунки та субрахунки звичайно додатково деталізуються. Методи обліку страхових контрактів у фінансовій звітності страхових компаній визначаються МСФЗ 4 «Страхові контракти».

Відповідно до вимог спільного Листа, страхові компанії в порядку встановленому Кабінетом Міністрів України, інформують спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади в галузі статистики про складання ними фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності за міжнародними стандартами. Даний Лист нині залишається єдиним чинним нормативно-правовим актом, який надає пояснення механізму переходу до МСФЗ. Під час переходу на МСФЗ страховим компаніям, окрім вирішення питань, властивих іншим видам діяльності, необхідно врахувати особливості страхової діяльності та відобразити їх в обліковій політиці підприємства, адекватно відреагувавши на вимоги МСФЗ [7]. На нашу думку, ведення бухгалтерського обліку та підготовка фінансової звітності страховими компаніями за МСФЗ дає змогу об'єктивно оцінити результати діяльності і надати більшої прозорості та повноти фінансовій звітності страховиків, що сприятиме залученню іноземних інвестицій.

Основним джерелом надходження коштів за договорами страхування є надходження страхових платежів [9]. Для обліку надходження страхових платежів призначений синтетичний рахунок 76 «Страхові платежі» (пасивний). За кредитом рахунка 76 відображається збільшення у страховика страхових платежів, за дебетом – повернення страховальника страхових платежів у разі довгострокового припинення дії договору

страхування. Щомісяця рахунок 76 закривається кореспонденцією з субрахунком 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». Для обліку розрахунків з надходження страхових платежів застосовують рахунок 36 «Розрахунки із покупцями та замовниками», який має такі субрахунки: 363 «Розрахунки із страховальниками»; 3631 «Розрахунки із вітчизняними страховальниками»; 3632 «Розрахунки з іноземними страховальниками»; 364 «Розрахунки із страховими посередниками»; 365 «Розрахунки з перестраховальниками»; 3651 «Розрахунки з вітчизняними перестраховальниками»; 3652 «Розрахунки з іноземними перестраховальниками». Відображення в бухгалтерському обліку належних страхових платежів залежить від визначених договором страхування умов сплати страховальником страхових платежів і набрання чинності договору страхування. Окремі страхові компанії для цілей розрахунків із страховальниками також застосовують субрахунки 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» та 362 «Розрахунки з іноземними покупцями» з подальшою їх деталізацією. Згідно з Інструкцією № 291 на цих субрахунках відображається заборгованість покупців за товари та виробничі послуги. Страхова ж організація надає фінансові послуги, а тому, на наш погляд, застосування цих субрахунків для відображення заборгованості за страховими платежами не є досить коректним.

При розрахунках за кредиторською заборгованістю застосовується рахунок 685, на якому відкривають субрахунки: 6851 «Розрахунки з вітчизняними страховальниками», 6852 «Розрахунки з вітчизняними перестраховиками», 6853 «Розрахунки з вітчизняними страховими брокерами», 6854 «Розрахунки з іноземними страховальниками», 6855 «Розрахунки з іноземними перестраховиками», 6856 «Розрахунки з іноземними страховими брокерами». Страхові платежі (страхові внески, премії) чи їх частини, які належать до повернення страховальнику у разі дострокового припинення дії договору страхування чи перестрахування відображаються за кредитом рахунка 76 у кореспонденції з рахунком 76 [9].

Для забезпечення ефективної діяльності страхової організації вона повинна мати стійкий, збалансований страховий портфель, який дозволить їй здійснювати виплати у межах утворених фондів та страхових резервів. Одним із методів забезпечення збалансованого страхового портфеля є перестрахування.

Перестрахування – страхування одним страховиком на визначених договором умов ризику виконання всіх або тини своїх обов'язків перед страховальником у іншого страховика (перестраховика). Страховик (цедент, перестраховальник) зобов'язаний повідомити перестраховика про всі зміни свого договору з страховальником. Страховик (цедент, перестраховальник), який уклав з перестраховником договір про перестрахування, залишається відповідальним перед страховальником у повному обсязі згідно з договором страхування.

Укладання договорів перестрахування страховиками є добровільним. Проте, якщо страхова сума за окремим об'єктом страхування пере-

вищує 10 % суми сплаченого статутного фонду, сформованих вільних резервів та страхових резервів, а також у тому разі, якщо страховик прийняв на себе страхові обов'язки в обсягах, які перевищують можливість їх виконання за рахунком власних активів, укладання договору перестрахування є обов'язковим.

У разі, якщо обсяги страхових платежів, що передаються в перестрахування нерезидентам, перевищують 50 % їх загального розміру, отриманого з початку календарного року, перестрахувальник подає до Уповноваженого органу декларацію за звітний період за формою, встановленою Кабінетом Міністрів України.

Розрізняють перестрахування активне та пасивне. Активне перестрахування – це передача ризику, пасивне – приймання ризику. На практиці страховики одночасно здійснюють як активне так і пасивне перестрахування.

Операції з перестрахування враховуються страховиком на субрахунок 705 «Перестрахування» на якому узагальнюють інформацію про частки страхових платежів (страхових внесків, страхових премій) за договорами перестрахування. За дебетом субрахунку 705 відображаються суми часток страхових платежів (страхових внесків, страхових премій), що належать перестраховикам за договорами перестрахування, за кредитом частки страхових платежів (страхових внесків, страхових премій), що повертаються пере страховиками у разі дострокового припинення договору перестрахування. Щомісяця сальдо субрахунку 705 списується (закривається) у кореспонденції із субрахунком 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». Аналітичний облік за рахунком 705 ведуть за видами страхування. Якщо перестрахування пряме, то залежно від того, коли перераховуються кошти пере страховику, застосовують кореспонденцію рахунків Д-т 705 К-т 6852 «Розрахунки з вітчизняними перестраховиками», або Д-т 705 К-т 311. Якщо перестрахування здійснюється через посередника, то розрахунки здійснюють через субрахунок 6853 «Розрахунки з вітчизняними страховими брокерами».

Перестрахувальник одразу після укладання договору перестрахування відображає страхові платежі з відображенням заборгованості клієнта. Тобто, облік операцій у страховика з перестрахування ведеться за методом нарахування.

З метою забезпечення майбутніх виплат страхових сум і страхового відшкодування залежно від видів страхування (перестрахування), страховики створюють страхові резерви. Створення страхових резервів регламентується: Законом України «Про страхування» [4], Правилами формування, обліку та розміщення страхових резервів за видами страхування, іншими, ніж страхування життя, затвердженими розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 17.12.04 № 3104 [5], Методикою формування резервів із страхування життя, затвердженою розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 27.01.04 № 24 [6].

Однак сьогодні діяльність страхових компаній регламентується застарілою нормативною базою,

яка не відповідає вимогам сьогодення та вимагає негайного перегляду. Згідно змін у 2017 році у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1] застосовується нове поняття «підприємства, що становлять суспільний інтерес» до яких і належать страхові компанії. Також підприємства, що становлять суспільний інтерес (крім великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів) зобов'язані не пізніше ніж до 30 квітня року, що настає за звітним періодом, оприлюднювати річну фінансову звітність та річну консолідовану фінансову звітність разом з аудиторським висновком на своїй веб-сторінці та в інший спосіб, а великі підприємства, які не є емітентами цінних паперів, та середні підприємства зобов'язані не пізніше ніж до 1 червня року, що настає за звітним періодом, оприлюднювати річну фінансову звітність разом з аудиторським висновком на своїй веб-сторінці (це положення набирає чинності з 1 січня 2019 року).

Страхові резерви поділяються на технічні резерви і резерви із страхування життя [5]. Для узагальнення інформації про рух коштів страхових резервів призначено рахунок 49 «Страхові резерви» на субрахунках якого ведуть облік за видами резервів за кожним видом страхування. Рахунок 49 має такі субрахунки: 491 «Технічні резерви»; 492 «Резерви із страхування життя»; 493 «Частка перестраховиків у технічних резервах»; 494 «Частка перестраховиків у резервах із страхування життя»; 495 «Результат зміни технічних резервів»; 496 «Результат зміни резервів із страхування життя». На субрахунок 491, 493, 495 узагальнюється інформація про стан і рух коштів резервів незароблених премій та інших технічних резервів. На субрахунок 492, 494, 496 узагальнюється інформація про стан і рух коштів резервів довгострокових зобов'язань (резервів із страхування життя) і резервів належних виплат страхових сум. Аналітичний облік резервів здійснюється за їх видами.

Обчислена на звітну дату сума страхових резервів відображається за кредитом субрахунків обліку страхових резервів і дебетом субрахунків обліку результатів змін цих страхових резервів [6].

За дебетом субрахунків обліку страхових резервів відображається сума страхових резервів на минулу звітну дату з кореспонденції з відповідними субрахунками обліку результатів змін страхових резервів.

Обчислена на звітну дату сума часток перестраховиків у страхових резервах відображається за дебетом субрахунків обліку часток перестраховиків у страхових резервах і кредитом страховиків обліку результатів змін цих страхових резервів.

За кредитом субрахунків обліку часток перестраховиків у страхових резервах відображається сума часток перестраховиків у страхових резервах на минулу звітну дату в кореспонденції з відповідними субрахунками обліку результатів змін цих страхових резервів.

Щомісяця сальдо субрахунків обліку результатів змін страхових резервів списується у порядку закриття в кореспонденції з кредитом

Таблиця 1

Класифікація програмних продуктів, які використовуються страховими компаніями

Група 1	Системи, які націлені на виконання відповідних елементів технологічного процесу на підприємстві (Парус- Підприємство, Галактика, 1С: Підприємство 8, SAP R/3; MS AXAPTA (Navision); BAAN; Frontstep, IPS Applications та ін.). В страховому бізнесі найбільше поширення знайшли продукти фірми 1С: Підприємство.
Група 2	Програмне забезпечення цього класу – це універсальне програмне забезпечення, яке орієнтоване на виконання практично усіх операцій технологічного циклу (MySQL, PostgreSQL, Oracle, MSSQL, Access, Sybase. Відповідно до страхового бізнесу найбільш популярним продуктом є додаток Oracle Insurance.
Група 3	Програмне забезпечення на основі бізнес-процесного управління, дозволяє відобразити бізнес-процеси організації в графічному і табличному вигляді, тобто візуалізувати технологічні і управлінські зв'язки (CRM системи, в яких клієнт виконує контролюючу, а менеджмент – інтегруючу функцію (програмне забезпечення фірми WinPeak International Insurance).
Група 4	Програмне забезпечення цього класу передбачає забезпечення процесу маршрутизації документів (DocFlow) і управління потоками робіт (WorkFlow) в системі управління підприємства. Основне призначення систем такого класу – це опис та моделювання бізнес-процесів.
Група 5	Програмне забезпечення цього класу призначено для моделювання і аналізу поведінки бізнес-процесів СК на основі технологій імітаційного моделювання. Імітаційна модель дозволяє аналізувати не тільки велику кількість чинників, а і проводити перспективне планування руху грошових коштів і приймати рішення з управління фінансами компанії.

субрахунку 719 «Інші доходи від операційної діяльності» або дебетом субрахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності», за винятком результату зміни резервів незароблених премій, сальдо якого щомісяця списується у порядку закриття на субрахунок 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг».

Оскільки страхова діяльність має особливості, доцільно розкрити специфічні види первинних документів, які складаються страховиками. До них належать: акт на виплату страхового відшкодування, договір страхування, звіт страхового агента (корінці страхових свідоцтв), розрахунок обсягу резервів довгострокових зобов'язань, розрахунок резервів збитків по видах страхування, звіт про перестрахування, звіт про реалізацію полісів обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів за звичайними договорами.

Для підвищення ефективності управління страховою компанією необхідно розробляти та впроваджувати автоматизовані інформаційні системи. Існують різні види інформаційних систем, такі як: автономні автоматизовані робочі місця, комплекс взаємопов'язаних АРМ, які функціонують на єдиній інформаційній базі та корпоративна інформаційна система страхової діяльності. Для здійснення операційної діяльності страхові компанії застосовують корпоративні інформаційні системи, які дозволяють створити єдиний інформаційний простір і вирішувати завдання обліку. На сьогоднішній день можна кла-

сифікувати комп'ютерні системи, які використовують страховики, залежно від функціонального призначення по п'ятьом групам (табл. 1).

Отже, застосування інформаційних технологій дозволить створити єдиний інформаційний простір і виключити вплив організаційних бар'єрів на ефективність роботи компанії.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідивши проблемні аспекти ведення обліку в страхових компаніях, можна зробити такі висновки:

1. Оцінка сучасного стану організації та методики бухгалтерського обліку показала, що страхова діяльність характеризується певними особливостями, які є не типовими для інших підприємств. Серед них можна відзначити використання специфічних рахунків, первинних документів та звітності. Тому облік діяльності страхових компаній, вимагає постійного моніторингу за специфічними нормативними документами.

2. Проаналізоване правове регулювання страхових компаній потребує удосконалення, наближене до сучасних умов реформування.

3. Стандартизація та гармонізація бухгалтерського обліку та фінансової звітності на основі МСФЗ вимагає коректної системи, яка враховує особливості страхової діяльності в Україні.

4. Важливим моментом у діяльності страхових компаній у сучасних умовах є вибір програмного забезпечення з метою удосконалення та покращення облікового процесу, які дозволять максимально автоматизувати облікові роботи на підприємстві.

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 5.10.2017 № 2164-VIII.
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291.
3. Податковий кодекс України № 2755 – VI від 02.12.2010р. зі змінами та доповненнями//[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
4. Закон України «Про страхування» № 85/96-ВР із змінами від 07.03.1996// Відомості Верховної Ради. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
5. Правила формування, обліку та розміщення страхових резервів за видами страхування, іншими, ніж страхування життя, затвердженими розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 17.12.04 № 3104.
6. Методика формування резервів із страхування життя, затвердженою розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 27.01.04 № 24.

7. МСФЗ 4 «Страхові контракти»/[Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/929_008
8. Мельник Т.Г. Особливості обліку і звітності в страхових компаніях України / Т.Г. Мельник // Економічних форум. – № 2. – 2011. – с. 58-62.
9. Лень В.С. Облік і аудит у страхових організаціях: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 408 с.

Ковтун Любовь Ивановна

студентка

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Швец Виктор Григорьевич

доктор економічних наук,

професор кафедри учета и аудита

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация

В данной статье определено современное состояние бухгалтерского учета и проблемы его организации. Рассмотрены особенности бухгалтерского учета в страховых компаниях Украины. Исследованы основные аспекты его перехода на международные стандарты. Предложены и обоснованы пути решения и усовершенствования учета страховых компаний.

Ключевые слова: страховые компании, бухгалтерский учет, Международные стандарты финансовой отчетности, перестрахование.

Kovtun Liubov Ivanivna

Student,

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Shvets Victor Grigorovich

Doctor of Sciences (Economics), Professor,

Accounting and Audit Department

Taras Shevchenko National University of Kyiv

FEATURES OF ACCOUNTING OF INSURANCE COMPANIES

Summary

In the article, the current state of accounting of insurance companies and problems of its organization. The features of accounting of insurance companies in Ukraine. Investigated the main aspects to the international standards. Proposed and justified solutions and improve accounting of insurance companies.

Key words: insurance companies, accounting, International Financial Reporting Standards, reinsurance.

УДК 338.48(045)

Когут Анастасія Олексіївна

студентка

Вінницького торговельно-економічного інституту

Київського національного торговельно-економічного університету

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯРЕМЧАНСЬКОГО КРАЮ

Туризм в реаліях сьогодення став явищем, яке увійшло в повсякденне життя сотень мільйонів людей. Він включає всі вільні переміщення людей від місця їх постійного проживання і роботи, а також сфери виробництва і послуг, створених для задоволення потреб, які виникають в результаті цих переміщень. Дана стаття присвячена дослідженню основних складових привабливості природних туристичних ресурсів певної території та підвищення критеріїв їх розвитку.

Ключові слова: рекреаційно-туристична привабливість, атрактивність, туристичні потоки, природні ресурси, чинники.

Життєдіяльність сучасної людини відбувається в умовах постійно зростаючої емоційної та психологічної напруженості, загострення екологічної проблеми, тезногенних ризиків. Усе це веде до потреби в ефективному та якісному відпочинку, оздоровленні та лікуванні, що стимулює розвиток й диверсифікацію рекреаційно-туристичного господарства.

Одним із параметрів розвитку рекреаційно-туристичного господарства на певній території є її привабливість. Територія тоді приваблива, коли вона має туристичні ресурси – природні (насамперед – екологічно чисті), історико-культурні та соціально-економічні, зручне транспортно-географічне положення, су-

часну інфраструктуру та інформаційну забезпеченість, сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму, доступну і достатню для туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної індустрії [1, с. 57]. Рекреаційно-туристична привабливість території сприяє комплексному соціально-економічному розвитку регіону, оскільки, притягуючи до себе рекреантів і туристів завдяки певним атрактивним влативостям, зумовлює розвиток не лише власне рекреаційно-туристичного господарства, а й інших прямо чи опосередковано пов'язаних із ним галузей – будівництва, транспорту, сільського господарства, культури, мистецтва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Туристична привабливість – це наявність такого туристичного потенціалу території, за експлуатації якого забезпечують оптимальне туристично-рекреаційне навантаження і повне збереження туристичних ресурсів та створюється можливість отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля. Питаннями дослідження атрактивності туристичних регіонів займалися багато вчених, а саме Бакурова А., Кабушкин М., Квартальнов В., Очеретін Д., Попович С., Чудновський О. та ін. Окрім того, рекреаційно-туристична привабливість території є важливим чинником попередження і вирішення екологічних проблем, оскільки для утримання, а то й збільшення рекреаційного попиту необхідно постійно здійснювати природоохоронні заходи, спрямовані на збереження природного й культурного рекреаційного середовища. До таких заходів варто віднести:

- створення заповідників і національних парків, у яких забороняється або суттєво обмежується будь-яка господарська діяльність, окрім рекреаційної, яка є регламентованою;
- проведення очисних і природовідновлювальних робіт;
- розвиток сільського зеленого та екологічного туризму, які передбачають якнайменший вплив на природні системи.

Виклад основного матеріалу. Яремче (до 2006 року – Яремча) – місто обласного значення, розташоване у південно-західній частині Івано-Франківської області, неподалік від Покутсько-Буковинських Карпат та Чорногори, на річці Прут. Утворене в 1787 році. Статус міста Яремче отримало у 1963 році, коли до нього було приєднано два стародавні села – Дора та Ямна.

Яремче – найвідоміший кліматичний курорт, туристичний центр Івано-Франківщини. На території Яремчанського краю розташований найбільший в Україні Карпатський національний природний парк, створений у 1980 році, який має загальнодержавне значення, і входить до складу природно-заповідного фонду України. Парк охоплює надзвичайно цінні з ландшафтно-екологічної, ботаніко- і зоогеографічної та природоохоронної точок зору гірські екосистеми у найвищому східному секторі Українських Карпат. Площа парку складає 50 495 га. Охоплює територію в межах абсолютних висот 500–2061 м

північніше Чорногірського хребта до м. Яремче вздовж ріки Прут і західних приток Чорного Черемоша. Протяжність парку з північного заходу на південний схід складає 55 км, а з південного заходу на північний схід – 20 км. Головним водним ресурсом парку є річки Прут і Чорний Черемош. Карпатський парк вирізняється флористичним багатством. До складу парку входять висотні пояси буково-ялицевих, смерекових, субальпійських та альпійських лісів.

Серед лісостанів переважають смерекові – 79%, букові – 10% і ялицеві – 4% насадження, решту складають соснові, кедрові, вільхові. Найбільшою цінністю є праліси. Реліктові насадження сосни та кедр є взагалі унікальними об'єктами. Субальпійська рослинність представлена сосною гірською, вільхою зеленою, ялівцем сибірським, рододендром східнокарпатським. Видовий склад рослинності парку надзвичайно багатий і різноманітний. Рослинний світ Карпатського національного природного парку нараховує 1105 видів, що становить 54,9% всієї флори Українських Карпат. Тут зареєстровано 95 видів, що занесені до Червоної книги України. Це становить 39,52% від їх загальної кількості в регіоні, на території парку також зареєстровано 4 види Європейського Червоного списку, 3 види з Червоного списку МСОП, 2 види з 1 Додатку Бернської конвенції.

Флора складається в основному з рослин середньоевропейських широколистяних лісів, які становлять близько 35% усієї флори, це – бук лісовий, граб звичайний, клен-явір; з трав'яних: папороть чоловіча, живокіст серцелистий, астранція велика, білинець комарниковий, білоцвіт весняний та інші. Біля 30% площі парку займають тайгові євро-сибірські форми – смерека, ялиця біла, сосна гірська, ялівець сибірський [3].

Флора висогір'я представлена аркто-альпійським елементом – анемона нарцисоцвіта, верба туполиста, дріада восьмипелюсткова, нечуйвітер альпійський та ін. Рослинність скель та розсіпів представлена подушковидними рослинами, які можуть стійко переносити важкі умови високогір'я (ломикамінь волотистий, первоцвіт маленький) та сукулентами, які мають здатність нагромаджувати вологу в листках (родіола рожева, очиток альпійський).

Скельні угруповання об'єднують понад 250 видів, серед яких такі рідкісні як ломикамінь карпатський, гвоздика тонколиста та карпатська, трищетинник альпійський, первоцвіт Галлера, верба трав'яна, сітчаста і списовидна.

Значна частина рослинних угруповань і окремих видів потребує охорони, в чому і полягає одне із основних завдань Карпатського національного природного парку.

Особливістю тваринного світу цього парку є велика частка комахоїдних, рукокрилих та гризунів, дещо менше хижаків та парнокопитних, пристосованих до висотних гірських поясів. Із дрібних ссавців поширені: бурозубки мала, звичайна та альпійська; кутори мала та велика; миші хатня і жовтогорла; полівки темна, Шермана і снігова; з гризунів – білка звичайна з чорно-коричневим аж до чорного забарвленням хутра, вовчки сірий, лісовий та горішниковий.

З парнокопитних найбільше аборигенів – олень благородний, козуля, кабан дикий. Інколи вдається побачити і володаря карпатських гір – ведмедя бурого. Також тут трапляються куниці лісова і кам'яна, борсук, вовк, кіт лісовий, рись, видра та горностаї.

Майже неможливо уявити собі парк без птахів. В темнохвойних лісах навіть є тайгові представники – снігур і горіхівка. У долині можна побачити канюків, що вишукують здобич – дрібних звірків.

У холодних гірських потоках водиться форель струмкова, яка добре помітна під час нересту. Із земноводних, в передгір'ях і горах, трапляються тритони гребінчастий, альпійський і карпатський, жаби – гостроморда і трав'яна, із плазунів – веретільниця, вуж, мідянка, гадюка звичайна, ящірки прудка і живородна.

Загалом фауністичне різноманіття парку представляють 48 видів ссавців, 110 видів птахів, 11 – риб, 10 – земноводних, 6 – плазунів. До Червоної книги України внесено 32 представники фауни, а до Європейського Червоного списку – вовка, ведмедя бурого, видру річкову, рись звичайну та інших.

Карпатський національний природний парк – своєрідний природно-рекреаційний комплекс, де створені сприятливі умови для розвитку рекреації, найкращою формою якої є розширення мережі пізнавальних стежок. В даний час існує 40 пішохідних (еколого- і науково-пізнавальних), 3 лижні, 3 водні маршрути загальною протяжністю 400 км.

Геологічні чинники також можуть суттєво впливати на формування рекреаційно-туристичної привабливості території, наявність запасів грязей, озокериту та джерел лікувальних мінеральних вод, які мають лікувально-оздоровчий ефект і позитивно впливають на організм людини, забезпечити рекреаційну цінність і привабливість території. Рельєф (наприклад, гірські його форми), з одного боку, збільшують пейзажне різноманіття території, підвищуючи її естетичну цінність і зумовлюючи позитивну емоційну реакцію людини, а з іншого – можуть суттєво змінювати інші природно-екологічні чинники. Гірські території характеризуються висотною поясністю, де клімат змінюється з висотою і залежить від крутизни та експозиції схилів. У горах, залежно від висоти, є зони адаптації організму людини, тому гірські території, що придатні для певних видів оздоровчо-спортивної діяльності, є привабливим не для всіх типів рекреантів, а лише для фізично підготовлених осіб.

Надмірне рекреаційне навантаження здатне спровокувати забруднення та деградацію біогеоценозів. Це може призвести до втрати рекреаційної привабливості, яка є основою життєздатності рекреації як процесу відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил людини, що в свою чергу зумовить негативні соціально-економічні наслідки. Таким чином, екологічні чинники у значній мірі впливають на формування рекреаційно-туристичної привабливості території, а тому розвиток рекреаційно-туристичного господарства повинен базуватися на принципах збереження цілісності природних систем, попе-

редження та вирішення екологічних проблем, що може бути забезпечено лише за умови дотримання науково обґрунтованих норм рекреаційного навантаження, розробки правил поведінки відпочивальників, застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій у процесі створення рекреаційно-туристичної інфраструктури і здійснення обслуговування рекреантів, збільшення площ природоохоронних територій, розробки екологічно безпечних маршрутів, розвитку екологічного туризму.

Важливим чинником формування туристичної привабливості території є територіальний маркетинг. Оскільки особливістю туристичної галузі є те, що вона прив'язана до природних та історико-культурних ресурсів, а отже може розвиватися у межах конкретної території, то маркетинг туризму є складовою регіонального маркетингу. Територіальний маркетинг необхідно використовувати для розвитку регіонального туристичного ринку, для підвищення привабливості туристичної галузі, щоб збільшувався притік туристів та інвестицій у регіон.

Згідно з концепцією територіального маркетингу стратегії позиціонування слід проводити як на мікрорівні, так і на макрорівні, тобто пропонувати сукупний продукт (послуги) місцевості, підкреслюючи особливості цього регіону, виділяючи унікальні характеристики продукту (послуги) тощо. Серед ділових кіл територія починає фігурувати як потенційна адреса лише після оцінки чинників, які визначають місцевий діловий клімат. Ці чинники називають факторами привабливості, які можна розділити на дві категорії: м'які та жорсткі (табл. 1). Жорсткі фактори можуть вимірюватися більш-менш об'єктивними показниками, а м'які – важко піддаються вимірюванню і є більш суб'єктивними характеристиками регіону.

Дуже важливою складовою привабливості в сучасних умовах постає якість довкілля. У ринкових умовах господарювання вагомим значення в організації навколишнього середовища набуває використання екологічного маркетингу, що сприятиме зміцненню конкурентоздатності певної території і може визначально впливати на її привабливість.

Цікавими об'єктами в м. Яремче є музей Миropолита Шептицького, музей екології та етнографії Карпатського краю, музей «Українська старовина», монастирі Св. пророка Іллі та Св. Андрія, екотуристичний візит-центр. Історико-культурні пам'ятки створюють базу для культурно-пізнавального туризму.

Пішохідна екскурсія «Стежки Довбуша» – чудова можливість відвідати своєрідний музей природи, де експонатами служать дерева, лісові трави, тварини, кам'яні споруди. Даний маршрут створений ще у 1902 р. як пам'ять народним месникам та їх легендарному ватажкові Олесі Довбушу, який діяв тут у 1738-1745 рр. Неповторним витвором природи є дивовижні скелі Довбуша. Унікальне нагромадження кам'яник брил ямненського пісковика, застигло тут з льодовикового періоду, вражає відвідувачів. Розповідають, що саме тут заховані скарби Довбуша, але вхід в невидиму печеру вкаже обраному,

Таблиця 1

М'які та жорсткі чинники привабливості території

М'які	Жорсткі
Економічна стабільність	Пошук ніші
Продуктивність	Якість життя
Витрати	Класифікація спеціалістів та робітників
Відношення до власності	Культура
Місцеві допоміжні служби і мережі	Персонал
Інфраструктура зв'язку	Менеджмент
Стратегічне географічне положення	Гнучкість та динамізм
Стимулюючі програми	Професіоналізм у підтримці зв'язків з ринком
	Підприємницька ініціатива
	Непередбачувані, але значні чинники

щирій і безкорисливій людині, цвіт папороті в ніч на Івана Купала.

Надзвичайним видовищем для туристів є відтворення місцевого колориту під час святкування календарних свят, особливо Різдва та Великодня [4].

Сільський зелений екотуризм – це відпочинок у будинку сільського господаря, а не в традиційних курортних закладах. Більшість приватних господарів пропонують туристам зручні кімнати з усіма вигодами. Міських жителів вабить можливість відпочити на лоні природи, в іншому культурному середовищі, пізнати довкілля. Вони матимуть можливість скуштувати смачні домашні страви, традиційні для того чи іншого села, приготовлені зі свіжих екологічно чистих продуктів. Їх зустрінуть, як найдорожчих гостей, створять тепло і затишок домашню атмосферу. Відпочинок на селі можна урізноманітнити пішими, кінними та велосипедними прогулянками, збиранням грибів та ягід, участю у міщевих дійствах та святкуваннях. Туристи зможуть прогулятися вздовж берегів гірських річок з кришталевою водою, помилуватися довколишніми пейзажами, податися в чудовий ліс, що заколисує тишею та щедро наділяє дарами природи.

Для визначення рівня рекреаційної та туристичної привабливості вчені пропонують різноманітні показники. Так О. Музиченко-Козловська для розрахунку інтегрального показника туристичної привабливості пропонує врахувати 10 показників:

- площу туристичних природних ресурсів;
- кількість антропогенних туристичних ресурсів;
- кількість засобів розміщення туристів;
- інвестиції в основний капітал готелів і ресторанів;
- середній рівень цін на послуги у туристичних підприємствах;
- якість рекламно-інформаційних послуг;
- атрактивність історико-культурних пам'яток регіону;
- якість навколишнього середовища;
- економічну привабливість регіону;
- політичну стабільність регіону.

Перші шість показників вимірюються кількісно, а останні чотири – встановлюються експертним способом. Вагомий вплив на формування рекреаційно-туристичної привабливості території здійснюють екологічні фактори – сукупність усіх

чинників навколишнього середовища, що діють на організм людини [2, с. 116].

В свою чергу для розрахунку рекреаційної привабливості території А. Бакурова та Д. Очеретін пропонують враховувати такі екологічні фактори, як викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря, відходи I-III класів небезпеки, площу мисливських угідь, площу заповідників і національних природних парків. Екологічні фактори рекреаційно-туристичної привабливості поділяються на природні та антропогенні. До природних екологічних факторів відносяться усі природні об'єкти, явища та процеси, які здатні створити сприятливий лікувальний, оздоровчий і емоційний вплив на рекреантів, а саме: комфортні кліматичні умови, гідрологічні об'єкти, придатні для пляжно-купального відпочинку та розвитку водних видів оздоровчо-спортивної діяльності, різноманітні форми рельєфу, джерела мінеральних вод і лікувальних грязей, живописні лісові ландшафти із оздоровчою фітоцидною функцією. Саме вони, за умови збереження їх якісного екологічного стану, визначають можливість і доцільність організації на певній території ефективного рекреаційного процесу. Рекреантів приваблюють екологічно чисті території, де вони можуть отримати повноцінний відпочинок, оздоровчий ефект і позитивні емоції від спілкування з природою. Чисте повітря та водойми, комфортні погодно-кліматичні умови, лісові або паркові ландшафти, наявність унікальних природних атракцій (водоспади, екзотичні представники флори і фауни) та лікувально-оздоровчих природних об'єктів.

Як і будь-яка інша галузь економіки туристична індустрія спрямована на максимальне можливе задоволення потреб людини. Тож для оцінювання туристичної привабливості території необхідно зважати на запити, мотиви, смаки та ступінь задоволення потреб потенційних туристів. Туристично привабливою можна вважати територію, яка користується популярністю у туристів і ця місцевість перетворюється у туристичний центр. Слід розрізняти туристичний центр та центр туризму. Центр туризму – це місто, місцевість чи об'єкт, де на базі туристичних ресурсів створений комплекс туристичного обслуговування. Туристичний центр – це місцевість, яка приваблює туристів завдяки наявності в її межах специфічних туристичних ресурсів, зручностей транспортно-географічного положення і доступної для туриста інформації про неї.

Висновки. Таким чином, основу туристичної привабливості регіону складають туристичні ресурси, які включають природні та історико-культурні, а також туристична інфраструктура. В той же час їх якість, доступність та рівень представлення туристу залежить від державного регулювання, інвестування галузі та інформаційного забезпечення. Успішність функціонування всіх

компонентів туристичної привабливості регіону залежить, в основному, від ефективної системи управління та рівня їх кооперації. Щоб досягти високого рівня туристичної привабливості та отримати максимальний соціально-економічний ефект, туристичний центр повинен мати сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму та туристичну інфраструктуру.

Література:

1. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
2. Кравців В. С., Рекреаційне освоєння Карпат у контексті регіональних і державних інтересів. – К.: 2003. – 235 с.
3. Карпатський національний природний парк / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.yaremcha.com.ua/knpp.html>
4. Культура та традиції Яремче / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://yaremche.org/tourism/55>

Когут Анастасія Алексеевна

студентка

Винницького торгово-економічного інституту

Київського національного торгово-економічного університету

РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЯРЕМЧАНСКОГО КРАЯ

Аннотация

Туризм в реалиях стал явлением, которое вошло в повседневную жизнь сотен миллионов людей. Он включает все свободные перемещения людей от места их постоянного проживания и работы, а также сферы производства и услуг, созданных для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений. Данная статья посвящена исследованию основных составляющих привлекательности природных туристических ресурсов определенной территории и повышение критериев их развития.

Ключевые слова: рекреационно-туристическая привлекательность, аттрактивность, туристические потоки, природные ресурсы, факторы.

Kogut Anastasiya Alekseevna

Student

Vinnitsia Institute of Trade and Economics

of Kyiv National University of Trade and Economics

RECREATIONAL AND TOURIST ATTRACTION OF THE YAREMCHE REGION

Summary

Tourism in the realities of today has become a phenomenon that has entered to current of hundreds of millions of people. It includes all the free movement of people from their work and residence place, as well as the sphere of production and services created to meet the needs arising from these displacements. This article is devoted to study the main components of the attractiveness of natural tourism resources of a certain territory and to increase the criteria for its development.

Key words: recreational and tourist attractiveness, attraction, tourist flows, natural resources, factors.

Кременок Анастасія Миколаївна

студентка

Державного університету інфраструктури та технологій

ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ СТАНУ ТА РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

В статті на основі наукових праць і публікацій розкрито роль основних засобів в діяльності підприємства. Розглянуто сутність поняття основні засоби, роль аналізу основних засобів, важливі фактори, що впливають на рівень ефективності їх використання, особливості аналізу стану та руху основних засобів на підприємствах. Розроблені пропозиції щодо удосконалення аналізу стану та руху основних засобів на прикладі підприємств, де рекомендовано звернути увагу. Розвиток виробництва є невіддільним від проблеми ефективного використання основних виробничих засобів. Обов'язковою ресурсною складовою виробничого потенціалу, як відомо, є засоби праці, недостатня забезпеченість якими та їх незадовільний технічний стан суттєво впливають на конкурентоспроможність товарів та послуг, що виробляються. Саме тому одним із важливих напрямків економічного аналізу є аналіз основних засобів підприємства.

Ключові слова: основні засоби, стан, рух, аналіз, коефіцієнт зносу, коефіцієнт приросту, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття.

Постановка проблеми. Непростий час соціально-економічних перетворень сьогодення обумовлює, фактори гострого дефіциту фінансових ресурсів, банкрутства та ліквідації суб'єктів господарювання, а також враховуючи високий рівень зносу необоротних активів підприємств, як ніколи постає проблема найбільш раціонального та ефективного використання їх основних засобів. У зв'язку з потребою отримання власниками, кредиторами й інвесторами оперативної та достовірної інформації щодо придбання, оновлення та ефективності використання основних засобів проблема аналізу стану та руху основних засобів набула своєї актуальності.

Аналіз наявної кількості і стану основних засобів підприємства дає можливість розраховувати техніко-економічні показники та визначати шляхи підвищення ефективності їхнього використання, прогнозувати необхідність залучення коштів для придбання нових основних засобів у зв'язку з фізичним і моральним зношенням наявних. Ефективне використання основних засобів зумовлює збільшення обсягів виробництва та отримуваних прибутків. Отже, проблема підвищення ефективності стає однією з найважливіших у процесі аналізу та дослідження роботи підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні засоби, є основою господарської діяльності підприємства, одним із ключових елементів процесу виробництва продукції, а отже, одним із найважливіших об'єктів обліку і звітності, що характеризує загальний майновий стан підприємства, його економічний потенціал та інвестиційну привабливість.

Досліджували теоретичні основи та методологічні підходи аналізу ефективності використання основних засобів такі вчені: І. О. Борисюк, І. І. Ткаченко М. А. Болух, В.З. Бурчевський, С. Ф. Виговська, Н. О. Голова, та багато інших. Ця проблема обґрунтовано висвітлена в наукових працях зарубіжних дослідників: Р. Ентоні, Дж. Ріса, А. Кальмеса, Л. І. Кулікової, К. Маттерна, Я. В. Соколова, Б. Твісса, та ін.

Не зменшуючи вагомості проведених наукових досліджень вказаних авторів, зазначимо, що

наявність невирішених питань, суперечність багатьох теоретичних положень, а також їх важливе прикладне значення обумовлюють необхідність подальшого удосконалення обліку й аналізу основних засобів, у тому числі з урахуванням особливостей діяльності підприємств.

Постановка завдання. Полягає в розробці питань, пропозицій щодо вдосконалення, покращення аналізу стану та руху основних засобів, застосування ефективнішої методики з аналізу основних засобів на прикладі підприємства, залишається одним з найактуальніших питань.

Виклад основного матеріалу дослідження. Виробничо-господарська діяльність та фінансовий стан підприємства багато в чому залежать від забезпеченості основними засобами та від їх використання. Облік основних засобів на будь-якому підприємстві знаходиться на одному з перших місць, що визначають розмір та напрямки діяльності підприємства.

Основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує для використання їх у процесі виробництва, постачання товарів і послуг, надання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних функцій. Термін корисного використання (експлуатації) основних засобів перевищує один рік (операційний цикл, якщо останній є тривалішим за один рік) [1].

Розвиток виробництва є невіддільним від проблеми ефективного використання основних виробничих засобів.

Основні засоби підприємства – це сукупність матеріально-речових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом [2].

Основні засоби визначають стратегічні можливості діяльності підприємства. Раціональність та ефективність їх використання впливають на фінансові результати підприємства, та його здатність забезпечувати блага суспільства.

Починати аналіз основних засобів слід з ознайомлення зі складом у цілому на підприємстві і за окремими групами. При цьому виявляється

рух і напрямок зміни основних засобів, питома вага промислових основних засобів, виробничих основних засобів в інших галузях і невиробничих основних засобів.

Вивчаючи зміну структури засобів у вартісному виразі, з'ясовують, за рахунок чого вона сталася – зміни складу будівель і споруд чи складу машин, обладнання та інших груп основних засобів. Важливою умовою раціональної зміни складу будівель і споруд є зростання виробничої площі як порівняти з невиробничою, зокрема виробничої площі цехів, де відбуваються виробничі процеси.

Вивчаючи стан основних засобів, визначають також і забезпечення ними підприємства. Для цього спочатку аналізують потужність обладнання й те, наскільки ця потужність відповідає виробничій програмі підприємства.

Як найповніше та раціональніше використання основних засобів і виробничих потужностей підприємства сприяє поліпшенню всіх його техніко-економічних показників: зростанню продуктивності праці та фондівддачі, збільшенню випуску продукції, зниженню її собівартості, економії капітальних вкладень.

Завдання аналізу стану та ефективності використання основних виробничих засобів можна визначити так:

- виявлення забезпеченості підприємства та його структурних підрозділів основними засобами, тобто встановлення відповідності величини, складу та технічного рівня засобів виробничій програмі підприємства;
- визначення рівня використання основних засобів і факторів, які впливають на нього;
- установлення належної комплектності наявного парку обладнання;
- з'ясування ефективності використання обладнання в часі та за потужністю;
- розрахунок впливу використання основних засобів на обсяг продукції;
- виявлення резервів підвищення ефективності використання основних засобів [3].

Джерелами інформації для аналізу основних засобів підприємства є: паспорт підприємства; план економічного та соціального розвитку; план технічного розвитку; форма 1 «Баланс підприємства»; форма № 5 «Примітка до річної фінансової звітності» – річна; статистичні звітності з виробництва і праці; форма 4 «Звіт про власний капітал»; форма 1-П «Звіт підприємства (об'єднання) з продукції»; форма 11-ОФ «Звіт про наявність та рух основних фондів, амортизацію (знос)» [4].

Крім названих джерел інформації, для аналізу використовуються також дані проведених на підприємстві інвентаризацій, інвентарні картки обліку тощо.

Як відомо, засоби праці в процесі їх використання фізично та морально зношуються, і для забезпечення економічно обґрунтованого планування їх відтворення необхідно правильно оцінити рівень кожного виду зносу.

Для науково обґрунтованого планування відтворення основних засобів необхідні дані про їхній стан, який характеризують коефіцієнти зносу і придатності засобів праці.

Коефіцієнт зносу характеризує ту частку вартості основних засобів, що її списано на витрати виробництва в попередніх періодах, а коефіцієнт придатності – частку не перенесеної на створюваний продукт вартості.

Коефіцієнт зносу основних засобів розраховують на початок та на кінець звітного періоду, а також вивчають його динаміку за кілька років. Аналіз проводять на підставі даних першого розділу активу бухгалтерського балансу. Що нижчий коефіцієнт зносу (вищий коефіцієнт придатності), то ліпшим є технічний стан, основних засобів. Спрацьовані (застарілі) основні засоби зумовлюють і необхідність застосування застарілих технологічних процесів, що призводить до не конкурентної спроможності продукції підприємства [2].

Так, на підставі даних табл. 1 можна розрахувати і коефіцієнт зносу і коефіцієнт придатності на підприємстві Коростенської дирекції залізничних перевезень.

Коефіцієнт зносу ($K_{\text{зн}}$):

$$K_{\text{зн}} = \frac{Зн}{ОЗп}, \quad (1)$$

де $Зн$ – сума зносу основних засобів;

$ОЗп$ – первісна вартість основних засобів на початок періоду.

Коефіцієнт придатності ($K_{\text{прид}}$):

$$K_{\text{прид}} = \frac{ОЗз}{ОЗп}, \quad (2)$$

де $ОЗз$ – залишкова вартість основних засобів;

$ОЗп$ – початкова вартість основних засобів.

Якщо первісна вартість основних засобів зросла на 1170 тис. грн, то їх знос за час експлуатації збільшився на 8135 тис. грн. Це призвело до зростання рівня зносу (зменшення рівня придатності) основних засобів на 6,2 %, що свідчить про погіршення їх технічного стану.

Коефіцієнт оновлення основних засобів характеризує інтенсивність введення в дію нових основних засобів. Він показує частку введених основних засобів за визначений період у загальній вартості основних засобів на кінець звітного періоду [2].

Цей показник розраховується як у цілому, так і в розрізі окремих груп основних засобів. Більш високий коефіцієнт оновлення активної частини,

Таблиця 1

Аналіз зносу основних засобів

Показник	Одиниця виміру	На початок періоду	На кінець періоду	Зміна (±)
Первісна вартість основних засобів	тис. грн.	130667	131837	1170
Знос основних засобів за час їх експлуатації	тис. грн.	8546	16681	8135
Рівень зносу основних засобів	%	6,5	12,7	6,2
Рівень придатності основних засобів	%	93,5	87,3	-6,2

ніж інших основних засобів, покаже, що оновлення засобів на підприємстві здійснюється саме за рахунок активної частини і позитивно вплине на показник фондовіддачі.

Коефіцієнт оновлення ($K_{\text{он}}$):

$$K_{\text{он}} = \frac{OЗз}{OЗк}, \quad (3)$$

де $OЗз$ – вартість введених основних засобів за звітний рік; $OЗк$ – загальна вартість основних виробничих засобів на кінець року.

Коефіцієнт вибуття основних засобів характеризує рівень інтенсивності їх вибуття засобів зі сфери виробництва.

Коефіцієнт вибуття ($K_{\text{виб}}$):

$$K_{\text{виб}} = \frac{OЗв}{OЗп}, \quad (4)$$

де $OЗв$ – вартість основних засобів, які вибули; $OЗп$ – вартість основних виробничих засобів на початок періоду.

Коефіцієнт вибуття доцільно розраховувати для всіх основних засобів, промислово-виробничих засобів, активної їх частини, окремих груп промислово-виробничих основних засобів і основних видів обладнання [2].

Коефіцієнти придатності та вибуття якнайтісніше залежать від темпів оновлення основних засобів: що більше коефіцієнт вибуття засобів наближається до коефіцієнта оновлення, то нижчим є рівень зносу засобів і ліпшим їх технічний стан [2].

Коефіцієнт приросту основних засобів характеризує рівень приросту основних засобів або окремих його груп за певний період.

Коефіцієнт приросту ($K_{\text{п}}$):

$$K_{\text{п}} = \frac{OЗпр}{OЗп}, \quad (5)$$

де $OЗпр$ – вартість приросту основних засобів; $OЗп$ – вартість основних засобів на початок періоду.

Методика порівняльного аналізу цього коефіцієнта аналогічна методиці аналізу коефіцієнтів оновлення та вибуття основних засобів.

У процесі аналізу руху та технічного стану основних засобів перевіряється виконання пла-

ну впровадження нової техніки, введення в дію нових об'єктів, ремонту основних засобів [4].

Визначається частка прогресивного обладнання в загальній його кількості і за кожною групою окремо, а також частка автоматизованого обладнання. Для характеристики вікового складу та морального зносу основні засоби групуються за тривалістю використання (за строками служби) – до 5 років, 5–10 років, 10–15 років і т. д. – і розраховується питома вага кожної групи в загальній кількості обладнання. Оптимальним віком для обладнання є 7 років, оптимальні строки експлуатації інших видів засобів залежать від їх особливостей.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, економічна сутність основних засобів є визначальною характеристикою їх значення в забезпеченні функціонування та розвитку виробництва. Тому важливе значення в дослідженні ефективності використання основних засобів відіграє оцінювання їх сучасного стану та проведення об'єктивного аналізу. Застосування на практиці розроблених заходів дасть змогу покращити використання основних засобів підприємства, тобто підвищити показник фондовіддачі, збільшити прибуток від реалізації та рентабельність основних виробничих засобів підприємства. Дослідження показали, що основні засоби становлять головну частину матеріально-технічної бази будь-якої галузі чи підприємства. На основі підвищення ефективності їх використання збільшується економічний потенціал і виробничі можливості галузі, підвищується технічний рівень виробництва. Це, у свою чергу, підвищує темпи випуску продукції, що вирішальним чином сприяє вдосконаленню розширеного відтворення й правильному формуванню найважливіших пропорцій господарювання. Вирішення проблеми підвищення ефективності використання основних засобів є одним з основних завдань виробничої діяльності підприємств, від результату якого залежить їх фінансовий стан та конкурентоспроможність. Підвищення ефективності використання основних засобів є одним із головних чинників, який зможе забезпечити в майбутньому ефективне функціонування підприємства в цілому.

Література:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] : затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 (зі змінами і доповненнями). – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
2. Болдох М. А., Бурчевський В.З.- Економічний аналіз: Навч. посібник За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2001. – 540 с.
3. Борисюк І.О. Резерви підвищення ефективності використання основних засобів / Борисюк І. О., Ткаченко І. І. // Науковий вісник НЛТУ. – 2008. – № 18.5. – С. 287-290.
4. Коршунов, В. В. Економіка організації (підприємства): підручник і практика для прикладного бакалаврату / В. В. Коршунов. – 3-е изд., Перераб. і доп. – М.: Видавництво Юрайт, 2015. – 407 с.

Кременок Анастасія Николаевна

студентка

Государственного университета инфраструктуры и технологий

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА СОСТОЯНИЯ И ДВИЖЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Аннотация

В статье на основе научных трудов и публикаций раскрыта роль основных средств в деятельности предприятия. Рассмотрены сущность понятия основные средства, роль анализа основных средств, важные факторы, влияющие на уровень эффективности их использования, особенности анализа состояния и движения основных средств на предприятиях. Разработаны предложения по совершенствованию анализа состояния и движения основных средств на примере, где рекомендовано обратить внимание. Развитие производства неотделимо от проблемы эффективного использования основных производственных средств. Обязательным ресурсной составляющей производственного потенциала, как известно, есть средства труда, недостаточная обеспеченность которыми и их неудовлетворительное техническое состояние существенно влияют на конкурентоспособность товаров и услуг, которые производятся. Именно поэтому одним из важных направлений экономического анализа является анализ основных средств предприятия.

Ключевые слова: основные средства, состояние, движение, анализ, коэффициент износа, коэффициент прироста, коэффициент обновления, коэффициент выбытия.

Kremenok Anastasiia Mykolaivna

Student

The State University of Infrastructure and Technology

PROBLEMS OF ANALYSIS OF THE STATE AND MOVEMENT OF MAIN ACTIVITIES

Summary

In the article on the basis of scientific works and publications the role of the main means in the activity of the enterprise is disclosed. The essence of the concept of basic means, the role of analysis of fixed assets, important factors influencing the level of their use efficiency, peculiarities of the analysis of the state and movement of fixed assets at enterprises are considered. Developed proposals for improving the analysis of the state and movement of fixed assets on an example of enterprises, where it is recommended to pay attention. The development of production is inseparable from the problem of the effective use of basic productive assets. As is known, the obligatory resource component of the production potential is the means of labor, insufficient security and their unsatisfactory technical condition significantly affect the competitiveness of the goods and services being produced. That is why one of the important areas of economic analysis is the analysis of the main assets of the enterprise.

Key words: fixed assets, state, motion, analysis, coefficient of wear, coefficient of growth, coefficient of renewal, coefficient of retirement.

УДК 005.642.5.8

Крикун Ольга Олександрівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та менеджменту

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

ФОРМУВАННЯ НАВИЧКІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ЧАСУ В РОБОТІ МЕНЕДЖЕРІВ НА РІЗНИХ РІВНЯХ УПРАВЛІННЯ

У статті просліджується епохальний період розвитку сучасної науки тайм-менеджмент та встановлено, яке має значення час для менеджерів на різних рівнях управління, розглянуто процес управління часом та застосування основних інструментів і методів обліку й інвентаризації часу. Представлена схема процесу планування особистої праці менеджера.

Ключові слова: управління часом, облік, інвентаризація, системний підхід, планування

Постановка проблеми. Разом з появою людини виникла потреба в управлінні часом. На стародавньому світі є такий факт, що вміння управляти часом і хвилинами має пряме відношення до успіху. З кожним днем переконалися в тому, що набирає популярності проблеми раціонального розподілу часу. Люди думають, що розподіляти час просто, і цьому спеціально не потрібно вчитися, але дбайливе відношення до часу створює передумови ефективного управління ним.

В першу чергу, це вимагає нових підходів управління собою і своїм часом.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в проведенні інвентаризації втрат часу, що саме виявляються в рутинній роботі і некоректній розстановці пріоритетів. Актуальність даної теми на сьогоднішній день полягає в

тому, що цінність часу повинна бути регламентована менеджерами на різних рівнях управління, за для того, щоб досягти успіху особисто й підприємству в цілому.

Аналіз останніх публікацій. Основи тайм-менеджменту закладені в епоху стародавнього філософа Сенеки. Питаннями планування і управління часом, а також уміло розпоряджатися часом займалися різні учені, а саме: Г. Альтшулер, К. Берні, Ф. Бекон, Ч. Бракстон, П. Друкер, Л. Зайверт, С. Кові, Дж. Моргенстерн, Г. Форд, Б. Франклін, П. Шарден, Е. Юнг, Г. О. Архангельський, Ю. Л. Васильченко, О. К. Гастев, Д. О. Гранін, П. М. Керженцев, О. О. Любіщев, Л. І. Скібicka, Т. В. Телегіна та ін.

Метою статті є обґрунтування основних рекомендацій з підвищення ефективності планування, координації і оптимізації роботи менеджерів на різних рівнях управління і застосування способів раціонального використання часу й переходу від хаотичного способу життя у бік поставлених цілей до чітко збудованого і працюючого плану дій.

Виклад основного матеріалу. Раніше вважалося, що прогрес і розвиток технологій вивільняють більше часу, полегшають людині його працю, але практика показала абсолютно інший результат. Робочі навантаження ростуть, кількість завдань збільшується з кожним днем, часті переробки і ненормований робочий графік стають звичною справою. Це загальна проблема, від якої в першу чергу страждають керівники підприємств, організацій, закладів, влади на різних рівнях управління.

У більшості підприємств ведеться статистика про використання робочого часу, або іншими словами – облік, але ні в одній, не існує звітності про якість цього часу, тобто проведення інвентаризації.

Час, можна сказати, це такий же ресурс, як і люди, сировина, фінансові кошти. Час, що витрачається не на робочі обов'язки, можна шукати в декількох можливих областях робочої діяльності, а саме: адміністративна діяльність підтримуючих службах підприємства; розведена бюрократична діяльність, пов'язана з проектним діловодством; робочі умови підприємства; особисті інтереси співробітників. Виділимо деякі цитати великих учених на тему часу (табл. 1).

Можна довго продовжувати список цитат, але час при цьому не зупинити, тому що, як згаюно час, залежить результат дня, тижня, місяця і так далі. Важко знайти продуктивно творчу особу, у якої не було б жорсткого режиму роботи. Архімед і Арістотель, Роджер Бекон і Ньютон, Анрі Пумнкаре і Дюма, Енгельс і Ленін, Вавілов і Альтшуллер, адмірал Макаров і академік Берг – всі ці люди прагнули побудувати систему витрати часу, яка гарантувала б високу продуктивність праці не за день, а за життя [2, с. 8].

Багато розумних, талановитих людей так і не реалізували свої проекти і ідеї, нічого не добилися в житті по одній простій причині: вони не уміли раціонально використовувати наявний в їх розпорядженні час. Успішна людина – це людина, що уміє розпоряджатися часом. Успішний той, хто встигає. Встигати – означає робити вчасно, а те, «що зроблено несвоєчасно, зроблено даремно» [3].

Кожен може назвати успішних, високоорганізованих, ефективних людей, багато в чому досягли значних результатів, і тільки завдяки тому, що вони не дозволили згаяти своєму часу. У табл. 2 представимо відомих знаменитостей сучасної науки тайм-менеджмент.

У таблиці 2 стисло охоплені фрагменти сучасної науки тайм-менеджмент, злагодженою і такою, що чітко працює по певних принципах, яка послужила стимулом для багатьох людей, щоб управляти собою і своїм життям, тобто часом.

Проаналізувавши твердження про феномен тайм-менеджменту, розглянемо якими ж інструментами, методами і способами необхідно керуватися, щоб продуктивно використовувати свій час. В першу чергу, мова піде про управління часом.

Управління часом – це дія або процес, який допомагає отримати ряд навиків, інструментів і методів, що використовуються при виконанні конкретних завдань, проектів і цілей. Цей процес включає: планування, розподіл, постановку цілей, делегування, аналіз тимчасових витрат, моніторинг, організацію, складання списків і розстановка пріоритетів.

Всі інструменти, що дозволяють просто створити ефективний огляд справ на день, тиждень і триваліший період, можна розділити на три великі групи [4, с. 117]:

Таблиця 1

Цитати великих учених на тему часу

Автор	Цитати
1. Майкл Альтшулер	Час летить – це погана новина. Хороша новина – ви пілот свого часу
2. Стівен Кові	Потрібно не витрачати час, а інвестувати в нього
3. Чарльз Бракстон	Ви ніколи не зможете «знайти» час для чогось. Якщо вам потрібний час візьміть його
4. Максим Горький	На день треба дивитися, як на маленьке життя
5. Генрі Форд	Я спостерігав те, що більшість людей просувалися саме у той час, який інші люди просто витрачали
6. Бенджамін Франклін	Час – матерія, з якої складається життя
7. Харукі Муракамі	Вбивати час, роздивляючись годинник – що може бути не-тямущіше?
8. П'єр Шарден	Сучасна людина не знає, що робити з часом і силами, які він випустив зі своїх рук
9. Карл Берне	Горе тим народам, які покоряються часу, замість того, щоб повелівати ним!
10. Едуард Юнг	Час витрачений даремно, є існування; час спожитий з корис-тю, є життя

Складено автором за джерелом [1]

Історія розвитку тайм-менеджменту

Епоха розвитку тайм-менеджменту	Твердження про феномен тайм-менеджменту
Стародавній світ і Середньовіччя (близько 2000 років тому)	Л. А. Сенека виклав методи управління часом так: вести письмовий облік часу; ділити час: добре, погано витрачене і загублене за неробством; оцінювати своє життя згідно наповненості прожитого періоду
Середньовіччя (з XV ст.)	Л. Альберті стверджував, що люди, які уміють управляти часом з користю, будуть успішні завжди і в будь-якій справі. Для цього, згідно його листам, необхідно дотримуватися двох правил: кожен ранок починати з складання списку справ на день; розташувати справи в списку по їх важливості
XVIII ст.	Система планування Б. Франкліна допомагає значно підвищити ефективність роботи як за рахунок більш ефективного управління часом, так і за рахунок планування самої роботи І. Кант ритмічно розпланував життя, сусіди звіяли годинник, коли він виходив на прогулянку
XIX ст. і початок XX ст.	Арістотель, Архімед, Ньютон, Дюма, Ленін, Енгельс – будували схеми витрат часу, що дозволяло їм ефективно проводити не день або місяць, а все життя Ф. В. Тейлор розроблені методи управління часом В. Парето 20% справ приводить до 80% бажаного результату О. О. Любішев вів облік свого часу
XX ст.	К. Меллер організував тренінги-презентації по веденню організатора, що допоможе в плануванні і управлінні часом Г. Архангельський вважається провідним експертом в області організації часу і новатором сучасних ідей і технологій підвищення особистої ефективності С. Кові акцентував увагу на тому, що потрібно концентрувати не на термінових завданнях, а на важливих
XXI ст.	Л. І. Скібіцька розглядає тайм-менеджмент, як галузь менеджменту, основною метою якого є виявлення та впровадження методів і принципів ефективного управління часом, що динамічно розвивається Ю. Л. Васильченко розглядає тайм-менеджмент в тісному взаємозв'язку з життєвою позицією особи як інструмент максимальної реалізації персонального потенціалу Л. Зайверт в своїй книзі «Ваш час – у ваших руках» дає поради діловим людям, як ефективно використовувати робочий час В. І. Ковальов розглядає типи індивідуальної організації часу і відношення до нього, залежно від характеру і спрямованості життєдіяльності часу людини Детально описані В. П. Шейновим, С. П. Робінсом и В. Г. Шпигуновим методи ефективного використання робочого часу, організації виступів і ділових нарад

Складено автором за джерелами [4; 5; 6]

- контрольні списки (складання “To-do list”);
- двовірні графіки (візуалізація інформації за допомогою горизонтальних смужок, що відображають прогрес робочих в досягненні норми виробітку за допомогою програмного забезпечення MS Exchange Server, MS Outlook, Excel, MS Project);

- майнд-менеджмент (Mind Manager – технологія представлення по-токів інформації у вигляді вирішення інтелектуальних завдань й побудови інтелект-карт (Mind Mapping)) [7].

Застосовуючи інструменти необхідно керуватися методом моментних спостережень або методом безпосередніх (суцільних, вибіркових і циклічних) вимірів. Отже, для обліку робочого часу доцільно використовувати такі види спостереження: хронометраж, фотографія робочого часу або фотохронометраж.

Після закінчення певного часу, а для окремої особи воно різне, поєднання дій або процесів може стати системою управління часом, що й називають тайм-менеджментом.

На рис. 1 представимо яким повинен бути системний підхід в тайм-менеджменті, його основне завдання полягає в правильному застосуванні на практиці, як вести облік і проводити інвентаризацію часу.

З позиції системності такий підхід розглядається як сукупність взаємопов'язаних і взаємо-

залежних елементів: обліку часу і його інвентаризації.

Зараз відбувається сильна конкуренція в підприємстві й бізнесі, виросли масштаби і динамізм постійних реформ і змін, росте загроза частих стресів із-за напруженості в роботі й сім'ї, творчий потенціал працівника перетворився на найцінніший капітал організації, і тому, така ситуація вимушує боротися з власним відставанням особи, а також викликано необхідністю уміти керувати собою і своїм часом, і в цьому випадку говорять про самоменеджмент.

Про тайм-менеджмент говоримо, коли необхідно ефективно організувати свій час і час своїх підлеглих, щоб кінцева мета функціонування підприємства досягалася не тільки з найменшими витратами, але і в оптимальні проміжки часу.

Вирішення оперативних й стратегічних завдань потребує участі менеджерів різних рівнів управління. Але форми і методи на різних рівнях управління різні. Вони і лежать в основі розподілу витрат часу за рангами менеджерів і значною мірою визначають ефективність їх особистої роботи і роботи колективу в цілому. Як керівники витрачають свій час представимо на рис. 2.

Робочий тиждень керівників вищого рівня управління складає 60-80 годин на тиждень і витрачається при правильному плануванні 60% свого робочого часу на загальне керівництво, робо-

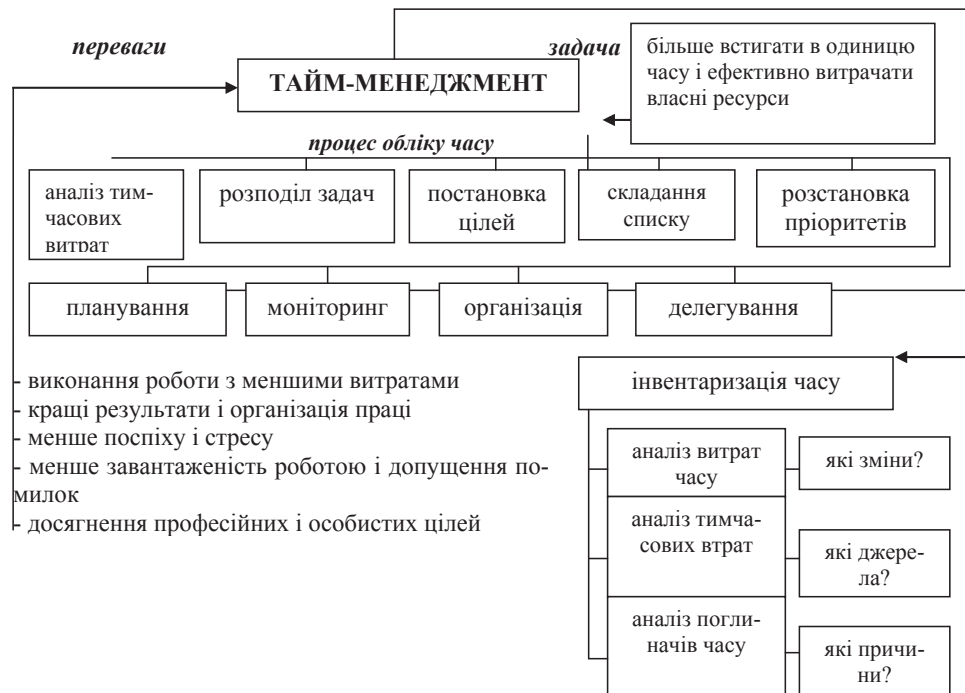


Рис. 1. Системний підхід в тайм-менеджменті



Рис. 2. Витрати часу менеджерів різних рівнів управління

ту з інформацією і документами, представницькі функції й ін., а 20% залишати для вирішення непередбачених питань, і що залишилися 20% взагалі припускають вільну творчу діяльність.

Менеджери середнього рівня координують і контролюють роботу менеджерів нижнього рів-

ня, будучи посередниками між ними і вищим керівництвом.

Робота менеджерів нижнього рівня є напруженою і наповненою різноманітними діями, частими перервами, переходами від одного виду діяльності до іншого.

Головний ворог успішної роботи менеджерів різних рівнів управління є повільність в роботі, яка з'являється тоді, коли стикаюся із справою, яка є неприємною або складною, може рішення питання породжувати невизначеність й т.п. Слід володіти здібностями йти на розумний і зважений ризик, уміти здійснювати бізнес, виробити і ухвалювати рішення, розвивати навички винахідливості і здатності генерувати ідеї, проявляти ініціативність й т. д.

Шкідлива звичка відкладати справи на потім, а також плутати важливі з терміновими справами, це дуже велика причина втрати часу, оскільки робота може залишитися не виконаною або завершитися в пізніший термін. У таких випадках менеджери різних рівнів управління повинні жорстко регламентувати і нормувати час, створюючи нормальний ритм роботи апарата управління, забезпечуючи черговість виконання завдань, мати можливість виділити час для творчої роботи, інноваційної діяльності і навіть підвищення кваліфікації й свого саморозвитку.

Дуже важливо сучасним менеджерам звернути увагу на вказані причини, при яких успіху не досягти. Виходячи з цього, повинна зароджуватися концепція щоденного планування, яка приведе до глибокого пізнання себе, високій самодисципліні і наполегливості в досягненні цілей. За даними проведених відомою міжнародною консультативною компанією Chipin & Partner досліджень, 36% часу яке співробітник проводить в офісі, або 78 робочих днів в році, витрачається практично даремно [8, с. 25].

Планування особистої праці менеджера полягає в правильному виборі ним форм своєї участі у виконанні стратегічних, тактичних і оперативних планів виробничої діяльності, встановленні взаємозв'язків з іншими організаціями, ухваленні рішень і здійсненні контролю, за їх виконанням. Зайверт Лотар дає поради діловим людям, як ефективно використовувати робочий час [9, с. 33]. Васильченко Ю. Л. та ряд співавторів розглядають час, як інструмент максимальної реалізації персонального потенціалу [10, с. 73].

Окрім цього, планування особистої праці передбачає самовдосконалення і встановлення раціонального режиму діяльності і відпочинку менеджера. Таким чином, чим краще спланований час, тим більше продуктивною буде праця ме-

неджера. Якщо працю спеціально планувати, то завжди можна знайти можливість скоротити непродуктивні витрати часу.

Процес розробки плану особистої праці менеджера пропонується здійснювати по такій схемі, приведений на рис. 3.

Визначивши оптимальні величини витрат часу, менеджер зможе оцінити, де були допущені дуже високі витрати часу, і скласти для себе графік робочого дня або тижня, який дозволить використовувати робочий час набагато ефективніше. Планування стане результативним, якщо навчитися розставляти завдання за пріоритетами, що дає можливість менеджеру працювати тільки над дійсно важливими і необхідними завданнями, концентрувати увагу на виконанні тільки одного завдання, вилучити справи, які можуть виконати інші працівники, не залишати невиконаними посилені завдання і в кінці планового періоду закінчити вирішення найважливіших питань.

З практики видно, що протягом дня або тижня залишаються незавершені своєчасно справи, або може не виконані комусь обіцянки, а вони важливі для того, до кого вони мають безпосереднє відношення, а час вже упущено. Тому, для раціоналізації використання часу, необхідно встановити пріоритети для своїх справ, розглянути можливість делегування, концентрувати свою увагу важливішому, зменшувати стрес, самомотивувати і покращувати самоорганізацію.

Висновки з проведеного дослідження. Визначаючи схему процесу планування праці менеджера необхідно обходитися часовими межами (60/20/20%), що може привести до успіху в будь-якій діяльності, формувати навички організації часу, уміти резервувати час і скорочувати перешкоди. Постановка мети або завдання, це вже настає межа часу. Відразу ж необхідно включитися в процес планування часу для досягнення мети або вирішення поставлених завдань, проходячи через межу часу без втрат і з результатом. Ефективними інструментами є контрольні списки, двомірні графіки, майнд-менеджмент, або представлення інформації у формі інтелектуальних карт (Mind Mapping). Завдяки поступовим тренуванням та застосування інструментів, методів управління часом це увійде в систему, з якої виходять справжні управлінці своєї справи.

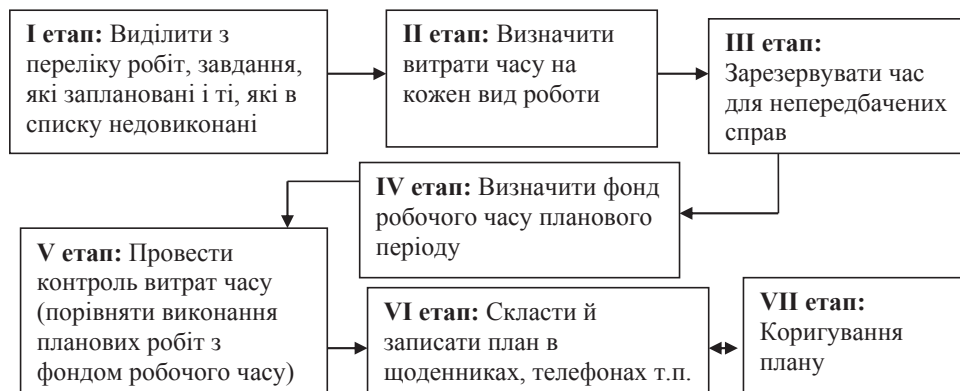


Рис. 3. Схема процесу планування особистої праці менеджера

Література:

1. Тайм-менеджмент: управление временем : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://4brain.ru/time/>
2. Гранин Д. А. Эта странная жизнь / Д. А. Гранин. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 176 с.
3. Ясперс К. Введение в философию / К. Ясперс. Мн. : Профили, 2000. С. 170-171.
4. Архангельский Г. А. Тайм-менеджмент / Г. А. Архангельский, С. В. Бехтерев, М. А. Лукашенко, Т. В. Телегина; под ред. Г. А. Архангельского. – М. : Маркет ДС, 2010. – 288 с.
5. Моргенстерн Дж. Тайм-менеджмент. Искусство планирования и управления своим временем и своей жизнью, 2009 – 543 с.
6. Скібіцька Л. І. Тайм-менеджмент: навч. посібник / Л. І. Скібіцька. – К. : Кондор, 2009. – 528 с.
7. Василенко Т. Mind maps – опыт использования : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.improvement.ru/zametki/mindmap>.
8. Сидорова Н. А. Тайм-менеджмент / Н. А. Сидорова, Е. Б. Анисинкова. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 220 с.
9. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках: Советы деловым людям, как эффективно использовать рабочее время. / Пер. с нем. / М. : Интерэксперт – Инфра – М, 1995. – 267 с.
10. Васильченко Ю. Л. Самоучитель по тайм-менеджменту : учебник / Ю.Л. Васильченко, З. В. Таранченко, М. Н. Черныш. – СПб, Питер, 2007. – 256 с.

Крикун Ольга Александровна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и менеджмента
Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина

**ФОРМИРОВАНИЕ НАВЫКОВ ОРГАНИЗАЦИИ ВРЕМЕНИ
В РАБОТЕ МЕНЕДЖЕРОВ НА РАЗНЫХ УРОВНЯХ УПРАВЛЕНИЯ****Аннотация**

В статье прослеживается эпохальный период развития современной науки тайм-менеджмент и установлено, какое имеет значение время для менеджеров на различных уровнях управления, рассмотрен процесс управления временем и применения основных инструментов и методов учета и инвентаризации времени. Представлена схема процесса планирования личного труда менеджера.

Ключевые слова: управление временем, учет, инвентаризация, систем-ный подход, планирование

Krikun Olga Oleksandrivna

PhD, associate professor,
associate professor department of economy and management
V.N. Karazin Kharkiv national university

**FORMING THE SKILLS OF THE TIME ORGANIZATION
IN THE WORK OF MANAGERS AT DIFFERENT LEVELS OF MANAGEMENT****Summary**

The article traces the epoch-making period of the development of modern science of time management and establishes the importance of time for managers at various levels of management, examines the process of time management and the application of basic tools and methods of accounting and time inventory. The scheme of the process of planning the manager's personal work is presented.

Key words: time management, accounting, inventory, system approach, planning

Кузьмінець Тетяна Геннадіївна, Перегняк Юрій Анатолійович
студенти
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ВАЛЮТНІ ЗОНИ

У статті досліджено сутність та основні характеристики валютних зон. Висвітлено сучасні тенденції формування та розвитку валютних зон. Виявлено умови, що сприяють успішному функціонуванню та розвитку валютних зон.

Ключові слова: валютна зона, регіональні валютні угруповання, валютна інтеграція, регіональна валюта, спільна валюта, оптимальна валютна зона.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Важливим завданням світового суспільства є формування нової архітектури валютної системи, оскільки наявні на даному етапі розвитку міжнародних валютних відносин негативні тенденції, що проявляються через виникнення валютно-фінансових криз, підкреслюють необхідність реформування принципів наявної валютної системи.

На нинішньому етапі глобалізації світової економіки, валютна інтеграція – одна з основних тенденцій розвитку світової валютної системи. При цьому валютні відносини зазнають глибинних якісних змін поряд зі сферою міжнародного виробництва, надання послуг та інвестування.

Валютна інтеграція та її форми найчастіше асоціюються з регіональною економічною інтеграцією та появою валютних союзів та валютних зон. Виходячи з цього, актуальності набуває дослідження досвіду валютної інтеграції різних регіональних валютних зон.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Теоретичні аспекти регіональної валютної інтеграції, історичні причини формування валютних зон досліджували такі вчені, як А. Бергсон, Р. Манделл, П. Мейсон, К. Паттілло, П. Кінен, Р. Огороднік, А. Роуз, Дж. Флемінг, Дж. Фрідман, В. Чаплигін, О. Шаров та ін.

Метою даної статті є визначення сутності поняття валютної зони та дослідження особливостей формування та розвитку валютних союзів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процеси регіональної валютної інтеграції поступово призводять до формування валютних зон.

Валютна зона – це група з двох чи більше суверенних держав із закритими грошовими зв'язками. Ці зв'язки можуть виникати на основі поглиблення інтеграційних процесів коли застосовуються одна з трьох форм інтеграції або їхні комбінації. До таких інтеграційних форм належать: валютна інтеграція (тобто валютно-курсовий союз), інтеграція фінансових ринків (тобто повна фінансова інтеграція), політична інтеграція.

Основною характеристикою валютної зони вважають нерівноправний порядок її формування: країни-учасниці зони використовують валюту основної (великої та економічно розвиненої) країни як засіб для здійснення міжнародних та інших розрахунків, або жорстко фіксують курс національної валюти до курсу валюти країни-

лідера. Крім того, країни-учасниці зони повинні виконувати певні спільні правила валютних відносин, які не можуть змінюватись без погодження з країною-лідером.

Головні ознаки валютної зони згруповані на рисунку 1.1.

Об'єднання багатьох країн, які відрізняються рівнем економічного розвитку, в спільне валютне угруповання було зумовлено вже сформованими тісними економічними зв'язками і певною політичною залежністю, що історично склалися між більшістю країн і державою-гегемоном. Країни, котрі очолюють валютні зони, як правило, використовують їх у своїх інтересах, одержуючи вільний доступ на ринки збуту і до джерел сировини країн, що входять до зони. Зовнішня торгівля цих країн також підпорядкована інтересам країни-гегемона, що призводить до нееквівалентного обміну в їх торговельних взаємовідносинах. Наявність валютної зони полегшує експорт капіталу з країни, яка її очолює, до інших країн зони, а золоті та валютні резерви, сконцентровані в банках країни – лідера зони, також використовуються в інтересах такої країни.

Об'єднання багатьох країн, які відрізняються рівнем економічного розвитку, в спільне валютне угруповання було зумовлено вже сформованими тісними економічними зв'язками і певною політичною залежністю, що історично склалися між більшістю країн і державою-гегемоном. Країни, котрі очолюють валютні зони, як правило, використовують їх у своїх інтересах, одержуючи вільний доступ на ринки збуту і до джерел сировини країн, що входять до зони. Зовнішня торгівля цих країн також підпорядкована інтересам країни-гегемона, що призводить до нееквівалентного обміну в їх торговельних взаємовідносинах. Наявність валютної зони полегшує експорт капіталу з країни, яка її очолює, до інших країн зони, а золоті та валютні резерви, сконцентровані в банках країни – лідера зони, також використовуються в інтересах такої країни.

Після Другої світової війни утворилося шість основних валютних зон [4]:

- британського фунта стерлінгів;
- долара США;
- французького франка;
- португальського ескудо;
- іспанської песети;
- голландського гульдена.

Найбільшими валютними зонами є стерлінгова, доларова та зона франка (табл. 1.1).

Відмітимо, що країни-члени стерлінгової зони зобов'язувалися забезпечувати не тільки взаємний валютний контроль, а й аналогічні спільні

заходи такого контролю щодо третіх країн, які не входили до зони. Між Сполученим Королівством і країнами стерлінгової зони були під-

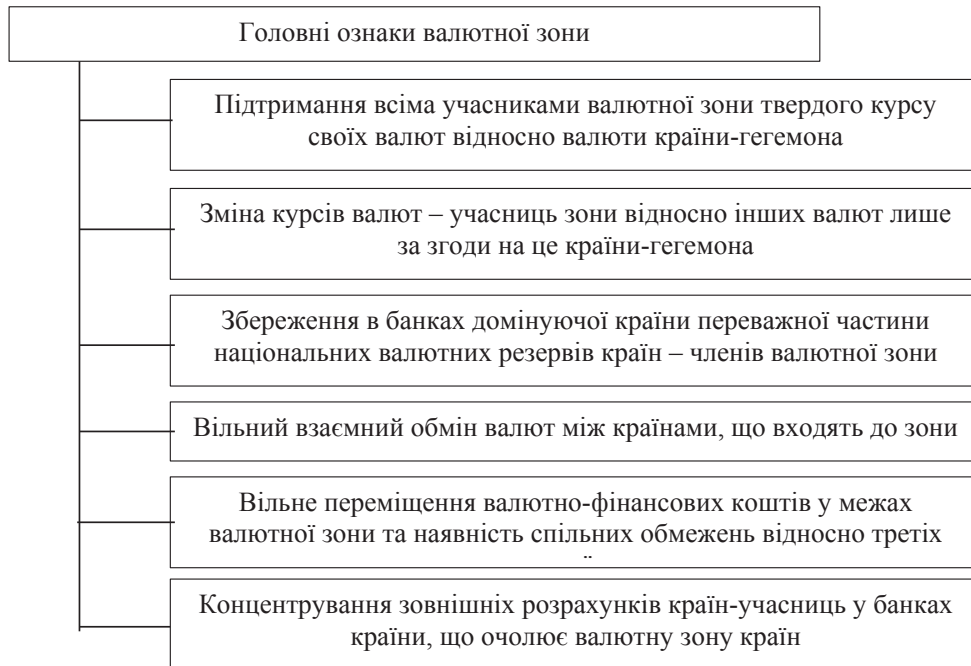


Рис. 1.1. Головні ознаки валютної зони згруповані [1]

Таблиця 1.1

Найбільші світові валютні зони [1; 2; 3; 4]

№ п/п	Валютна зона	Період утворення	Країни-учасниці
1	Стерлінгова валютна зона	Утворилася на базі відповідного валютного блоку на початку Другої світової війни після введення у Великобританії валютного контролю без якихось особливих інститутів	у Європі – Великобританія, Ірландія, Ісландія, Гібралтар, Мальта; у Азії – Бахрейн, Сянган (Гонконг), Договірний Оман, Індія, Йорданія, Катар, Кіпр, Кувейт Малайзія, Народна Республіка Південного Йемену (Аден), Оман, Пакистан, Сикким, Сінгапур, Цейлон; у Америці – Антигуа, Барбадос, Гайана, Гондурас Британський, Тринідад і Тобаго, Ямайка; у Африці – Ботсвана, Гамбія, Гана, Замбія, Кенія, Лесото, Лівія, Малаві, Нігерія, Свазіленд, Сьєрра-Леоне, Танзанія, Уганда, Південно-західна Африка, Південно-Африканська Республіка; у Австралії і Океанії – Австралія, Нова Гвінея і Папуа, Нова Зеландія, Самоа Західне. Крім того, в стерлінгову зону входять багаточисельні острівні володіння Великобританії в різних частинах світу.
2	Доларова валютна зона	Утворилася на початку Другої світової війни на базі доларового валютного блоку	Доларова зона – валютне угруповання капіталістичних країн, головним чином Північної, Центральної і Південної Америки, грошова система і зовнішні розрахунки яких орієнтовані на долар США, займаючи по відношенню до нього підлегле становище. Як і стерлінгова валютна зона, вона не має офіційної юридичної основи у вигляді спеціальних міждержавних угод.
3	Валютна зона франка	Зона франка – валютне угруповання, очолюване Францією і створена на базі її колишніх колоніальних володінь, що виникла ще в довоєнний період, але склалася після 2-ої світової війни.	У 1950 р. між країнами-учасницями була досягнута угода про збереження зони як «добровільного об'єднання» і створення Валютного комітету для координації валютної і кредитної політики країн зони. Окрім Франції, в 1969 р. в зону франка входили Алжир, Туніс, Марокко, Берег Слонової Кістки, Верхня Вольта, Дагомея, Мавританія, Нігер, Сенегал, Того, Малі, Центральноафриканська Республіка, Конго (Браззавіль), Габон, Камерун, Чад; заморські департаменти Франції – Гваделупа, Гвіана Французька, Мартініка, Реюньон; заморські території Франції – Коморські острови, Нова Каледонія, Полінезія, Сен-П'єр і Мікелон, Уолліс і Футуна. В результаті завоювання більшістю африканських країн політичної незалежності зона втратила свою колоніальну базу: її основний кістяк складають держави, що стали незалежними. Окремі країни почали проводити самостійну валютну і зовнішньоторговельну політику. У Алжирі, Тунісі, Марокко створені власні валюти і національні емісійні інститути, вони розповсюдили валютні обмеження і на країни зони франка. Проте економічні, зокрема торговельні, стосунки цих країн з Францією продовжують грати істотну роль.

писані угоди, які передбачали об'єднання їхніх золотих і валютних резервів, причому країни-учасниці мали право вільно використовувати значну частину цих резервів. Таке об'єднання ставило перед валютним центром зони ряд важливих питань забезпечення ліквідності у відносинах з країнами, що не входять до валютної зони. Центр зобов'язаний був зберігати достатньо валютних резервів для забезпечення платіжних зобов'язань всіх країн валютної зони щодо зовнішнього світу. Тому нерідко коливання платіжних балансів країн-членів зони з країнами, що не входять до неї, примушують центр до таких порушень рівноваги у міжнародних платежах, в яких він безпосередньо не зацікавлений, та часто ставлять його у скрутне становище.

Варто також сказати, що зовнішня торгівля країн доларової зони орієнтується в основному на американський ринок. Основна маса капіталів, вкладених в економіку країн-учасниць зони, також належить США, що забезпечує цій країні значний, і не тільки суто економічний, вплив на всі країни, що входять до цього регіонального валютного угруповання.

Розвиток регіональних валютних угруповань спричинив наукову полеміку щодо принципів та критеріїв оптимізації таких інтегрованих утворень. Концепція оптимальної валютної зони виникла внаслідок дебатів про відносні переваги та недоліки фіксованого валютного курсу порівняно з плаваючим.

Оптимальна валютна зона передбачає наявність фіксованого курсу між валютами і обмежений діапазон плаваючих валютних курсів по відношенню до валют інших країн [3].

Теорія оптимальних валютних зон намагається дати відповідь на обширне запитання: яка оптимальна кількість валют може використовуватися в одному регіоні? Складності в розв'язанні даного завдання приводять до невисокої точності теорії оптимальних валютних зон у процесі її використання.

Виділяють два напрямки розвитку теорії оптимальних валютних зон. Дослідники першого напрямку в основі поклали пошук найважливіших економічних характеристик, щоб визначити уявні межі валютних курсів (1960-ті рр. – 1970-ті рр.). Другий напрямок (1970-ті рр. – до сьогодні) передбачає, що будь-яка окрема країна може відповідати всім вимогам, щоб стати оптимальним членом валютного союзу. В результаті дослідники другого підходу не перебувають у пошуку відповідних ознак, визначених як важливих для вибору учасників в оптимальній валютній зоні. В даному випадку основна увага приділяється вивченню витрат і вигод для країни, яка має намір взяти участь у валютній зоні. Витрати та вигоди порівнюються, і питання участі у валютному союзі стає багато в чому емпіричною проблемою. Згодом в теорії оптимальних валютних зон враховується «Критика Лукаса», ендогенні критерії оптимальності валютних зон і сучасних макроекономічних теорій.

На практиці оптимальні валютні зони зустрічаються у вигляді валютних союзів. Оптимальна валютна зона, за визначенням Манделла (1961 р.),

є «територією, в якій валютні курси фіксуються». Згідно з цим же визначенням, спільна валютна зона є наступним кроком інтеграції з прийняттям однієї спільної валюти серед членів валютного союзу. Дослідники визначають такі необхідні структурні передумови для оптимальної валютної зони [3]:

- Манделл (1961 р.) стверджує, що високий ступінь мобільності факторів виробництва є важливим компонентом;

- Маккіннон (1963 р.) в якості попередньої умови визначає інтенсивність торгівлі та інтеграції;

- Кенен (1969 р.) досліджував регіональні структури виробництва для диверсифікації продукції, щоб визначити, чи буде регіон підходити під оптимальну валютну зону. Однак інші вчені вважають необхідними для країни, щоб стати кандидатом валютного союзу, і такі фактори, як подібність темпів інфляції, подібні або синхронні бізнес-цикли та певною мірою політика конгруенції.

Ідея створення оптимальних валютних зон знайшла своє практичне значення у формі регіональних валютних зон. В основі регіональних валютних зон лежать різні причини, серед яких історичні, «екзистенційні», економічні й особливо політичні. Важливість політичних чинників прослідковується в процесі створення незалежної Німеччини в 1871 р. (як і в 1990 р., коли східна і західна частини Німеччини були об'єднані) та багатьох інших держав (Швейцарія та Італія). Так звані «екзистенційні» причини були характерні для групи географічно малих країн (Сальвадор, Кірібаті, Ліхтенштейн, Монако, Науру і Ватикан), де прийняття та легалізація валюти країни-партнера зовнішньої торгівлі були необхідністю. Для повноти картини зазначимо, що є також країни, де більш ніж одна валюта циркулює в межах своїх кордонів (Гонконг і Макао). Найбільш відомим та економічно сильним прикладом регіональних валютних зон є, безумовно, Європейський валютний союз (ЕВС), заснований у безготівковій формі в 1999 р.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку. Отже, валютна інтеграція означає процес створення об'єднань суверенних держав, у межах яких забезпечуються відносно стабільне співвідношення курсів валют, спільне регулювання валютних взаємозв'язків країн-учасниць і єдина валютна політика щодо третіх країн. У процесі свого розвитку валютна інтеграція призводить до утворення валютних зон зі спільною грошовою системою групи держав та використанням єдиної валюти.

Успіх функціонування валютних зон залежить від ефективних інститутів і політики, спрямованої на врегулювання асиметричних фінансових і реальних потрясінь, які впливають на його членів. За відсутності таких механізмів несприятливі асиметричними фінансові потрясіння можуть і стимулювати деструктивні процеси у банківській системі, приводити до структурних та приватних боргових криз, тим самим дестабілізуючи валютні зони.

Література:

1. Козюк В. В. Фіскальний вимір теорії оптимальних валютних зон у світлі дивергенції ЄВС / В. В. Козюк // Економічна теорія. – 2014. – № 3. – С.82-98.
2. Лизун М. Сучасні тенденції формування та розвитку валютних союзів / Марія Лизун // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова – 2017. – Т. 22, № 2 (55). – С. 22-26.
3. Лизун М. Теорія оптимальних валютних зон як концептуальна основа регіональних валютних угруповань / Марія Лизун // Журнал європейської економіки. – 2016. – Т. 15, № 3. – С. 312-334.
4. Савельєв Є. Валютні режими і валютно-курсова політика України у вимірах «благословенної» і «неблагословенної» трійці / Є. Савельєв, Т. Сіску // Журнал європейської економіки. – 2016. – Т. 15, № 2. – С. 143-171.

Кузьминец Татьяна Геннадьевна, Перегняк Юрий Анатольевич
студенты
Винницкого торгово-экономического института
Киевского национального торгово-экономического университета

ВАЛЮТНЫЕ ЗОНЫ**Аннотация**

В статье исследована сущность и основные характеристики валютных зон. Освещены современные тенденции формирования и развития валютных зон. Выявлены условия, способствующие успешному функционированию и развитию валютных зон.

Ключевые слова: валютная зона, региональные валютные группировки, валютная интеграция, региональная валюта, общая валюта, оптимальная валютная зона.

Kuzminets Tetiana Gennadyivna, Peregnyak Yuriy Anatolyevich
students
Vinnytsia Trade and Economic Institute
of Kyiv National Trade and Economic University

CURRENCY ZONES**Summary**

The essence and main characteristics of currency zones are investigated in the article. Modern tendencies of formation and development of currency zones are covered. The conditions promoting successful functioning and development of currency areas are revealed.

Key words: currency zone, regional currency groupings, currency integration, regional currency, common currency, optimal currency area.

УДК 657.21

Куць Тетяна Валеріївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики та економічного аналізу
Національного університету біоресурсів і природокористування України
Вакуленко Вікторія Миколаївна
студент
Національного університету біоресурсів і природокористування України

**ДЕБИТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА:
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ВИДИ**

У статті розглядаються теоретичні підходи до трактування сутності дебіторська заборгованість підприємства. Узагальнено значення та актуальність обліково-аналітичного забезпечення управління дебіторською заборгованістю в сучасних умовах господарювання. Досліджено основні класифікаційні ознаки для виділення видів дебіторської заборгованості, які виникають на практиці. Наведена характеристика виділених видів дебіторської заборгованості для подальшого її аналізу.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, підприємство, оборотні активи, класифікація дебіторської заборгованості, управління заборгованістю.

Постановка проблеми. Управління оборотними активами є важливою сферою фінансової діяльності суб'єктів господарювання, а невід'ємною

складовою даних активів виступає дебіторська заборгованість. Як свідчить практика діяльності вітчизняних підприємств, у структурі поточних

активів спостерігається тенденція до зростання дебіторської заборгованості, що призводить до уповільнення платіжного обороту і погіршення фінансового стану підприємства.

Нині виникає необхідність чіткого розуміння сутності поняття дебіторська заборгованість, вивчення сучасних підходів до її аналізу та обґрунтування оптимального розміру для ефективного управління активами підприємства.

Теоретико-методичні питання щодо визначення, оцінки, особливостей організації обліку та аналізу дебіторської заборгованості підприємств висвітлюються в наукових працях М.Д. Білика, І.О. Бланка, Ф.Ф. Бутинця, О.Є. Гудзь, Г.Г. Кірейцева, А.А. Мазаракі, С.І. Маслова, Л.І. Павлової, А.М. Поддєрьогіна, В.К. Савчука, О.С. Стоянової та інших.

Однак, у економічній літературі спостерігається певна неузгодженість теоретичних розробок в частині трактування поняття дебіторської заборгованості, що зумовили необхідність вивчення і теоретичного обґрунтування її сутності, визначення специфіки видів заборгованості дебіторів для усунення нерозуміння понятійно-категорійного апарату сфери дослідження.

Метою статті є узагальнення економічної сутності поняття «дебіторська заборгованість».

Виклад основного матеріалу. В процесі фінансово-господарської діяльності підприємства час від часу виникає потреба в проведенні розрахунків зі своїми контрагентами. Відвантажуючи виготовлені товари та продукцію, підприємство, зазвичай, не отримує оплату відразу, тобто відбувається кредитування контрагента. Протягом певного періоду з моменту відвантаження продукції (виконання робіт, надання послуг) до моменту надходження платежу, засоби підприємства знаходяться в якості дебіторської заборгованості. Дебіторська заборгованість також виникає при перерахуванні грошей за поставки продукції та послуг в майбутньому, під час перерахування платежу відразу за кілька місяців або в зв'язку з заборгованістю винних осіб через нестачу та розкрадання.

Різноманітність науково-практичних підходів до трактування терміну «дебіторська заборгованість» доводить дискусійність визначення сутності та значення дебіторської заборгованості підприємства.

З точки зору економічної діяльності підприємства, дебіторська заборгованість традиційно розглядається як складова частина оборотних активів даного підприємства чи організації. У сучасній літературі існує підхід, коли дебіторська заборгованість розглядається як «кошти в розрахунках» або «кошти в боргах даної організації», які також є групою оборотних активів [3].

Якщо розглядати заборгованість за розрахунками з покупцями як надання їм позики на безоплатній основі, то дебіторська заборгованість, що виникає, може бути охарактеризована як безвідсоткова позика. З іншого боку, дебіторська заборгованість виникає внаслідок своєчасної неоплати покупцями в момент відвантаження продукції, отже, її сутність може бути визначена як неоплачена продукція.

Таким чином, можна зробити висновок, що дебіторська заборгованість є результатом

контрактних відносин товаровиробників і покупців та надає продавцю право отримання компенсації вартості відвантаженої ним продукції (фінансовий актив) від покупця (фінансове зобов'язання) [1; 5].

У сучасних дослідженнях Чорнобривець М.М. поняття «дебіторська заборгованість» розглядається як зобов'язання боржника з передачі майна, виконання робіт, надання послуг, сплати грошових коштів на визначену дату. На думку автора саме такий підхід до розуміння сутності даної категорії відображає реальний стан заборгованості та враховує основний критерій для її класифікації – строк погашення [7].

З позицій фінансового аналізу, обсяг дебіторської заборгованості впливає на рівень ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства, тому дебіторську заборгованість розглядають як індикатор фінансового стану підприємства. Несвоєчасна оплата за продукцію, товари та послуги контрагентами призводить до фінансових труднощів на підприємстві, а також веде до формування дебіторської заборгованості, яка знижує фінансові можливості господарюючого суб'єкта, зниження оборотності капіталу, погіршення платоспроможності і може стати причиною низької результативності його роботи та фінансових втрат.

Отже, платіжно-розрахункові відносини між суб'єктами господарювання потребують ефективної системи обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю для формування достовірної та своєчасної інформації про стан дебіторської заборгованості, наявність «слабких» місць і можливі шляхи їх усунення.

Облікове визначення дебіторської заборгованості зводиться до заборгованості, джерела виникнення якої конкретизуються в понятті «дебітори». Міжнародна облікова практика, зокрема МСФЗ 9 «Фінансові інструменти», розглядає дебіторську заборгованість більш широко – як актив, що виникає коли суб'єкт господарювання стає стороною контракту і внаслідок цього має юридичне право отримувати грошові кошти або юридичне зобов'язання їх сплатити [6]. Таким чином, трактування поняття «дебіторська заборгованість» згідно МСФЗ 9 є більш повним, оскільки ідентифікує дебіторську заборгованість як актив та враховує передумови її виникнення.

Динамічний розвиток фінансових інструментів зумовлює трансформацію традиційних відносин товарного кредитування в більш складні фінансово-господарські операції, такі як факторинг, використання інструментів заборгованості дебіторів як забезпечення за іншими фінансовими операціями підприємства тощо. За цих умов облікове поняття дебіторської заборгованості набуває більш широкого змісту та потребує вдосконалення.

З урахуванням наявних теоретичних підходів та практики господарської діяльності вітчизняних підприємств вважаємо, що найбільш повним є наступне визначення сутності категорії «дебіторська заборгованість» – це актив, що виникає внаслідок контрактних взаємовідносин підприємства з фізичними та юридичними осо-

бами з приводу реалізації продукції, надання послуг, виконання робіт та надає право на отримання грошових коштів в майбутньому за раніше здійснені операції постачання, відображає заборгованість на користь підприємства на певну дату та слугує інструментом його фінансової діяльності [2].

В основі організації бухгалтерського обліку заборгованості лежить її класифікація, яка забезпечує групування та систематизацію інформації про заборгованість в різних обліково-аналітичних напрямках, орієнтованих на задоволення специфічних інформаційних потреб оперативного і стратегічного управління. Від ступеню деталізації інформації залежить здатність керівництва підприємством здійснювати своєчасне та ефективне управління заборгованістю, можливість оперативного аналізу та прогнозування.

Для повного розуміння поняття «дебіторська заборгованість» та її ролі в прикладному аспекті, слід розглянути **підходи до класифікації даного активу**. Відповідно до П (С) БО 10, дебіторська заборгованість поділяється на такі види: **довгострокова та поточна**. При цьому слід розуміти, що при віднесенні заборгованості до поточної або довгострокової до уваги береться не загальний очікуваний строк оплати згідно з договором, а очікуваний строк до погашення, який залишився з дати балансу [5].

Поточна дебіторська заборгованість – це сума заборгованості, яка виникає в ході нормального операційного циклу або буде погашена протягом дванадцяти місяців з дати балансу. Відповідно, довгострокова заборгованість – виникає поза нормального операційного циклу та буде погашена після дванадцяти місяців з дати балансу.

Дебіторська заборгованість також класифікується за об'єктами щодо яких вона виникла: дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги; дебіторська заборгованість за розрахунками (з бюджетом, за виданими аванса-

ми, із внутрішніх розрахунків); інша дебіторська заборгованість.

У економічній літературі виділяють класифікацію дебіторської заборгованості на основі її розподілу залежно **від цільових груп боржників**. При цьому, використовуються маркетингові підходи, які ґрунтуються на вивченні поведінки споживачів. Аналіз причин неплатежів та реальних можливостей суб'єктів господарювання сплати виниклих боргів вирішується на основі облікових даних про платежі та заборгованості. Одним з таких методів є метод АВС-аналізу, суть якого полягає в розподілі боржників підприємства в певному співвідношенні на 3 групи [4]:

група А – найбільш важливі дебітори (на яких припадає 80% дебіторської заборгованості), які заслуговують підвищеного контролю;

група В – дебітори середньої важливості (відповідно – 15% дебіторської заборгованості), які вимагають фрагментарної уваги;

група С – найменш важливі дебітори (5% дебіторської заборгованості).

Залежно від своєчасності погашення дебіторська заборгованість поділяється на: дебіторську заборгованість, строк оплати якої не настав (строкова дебіторська заборгованість); дебіторська заборгованість не сплачена в строк (прострочена), яка поділяється на сумнівну та безнадійну дебіторську заборгованість.

Висновки. Таким чином, комплексне сучасне розуміння сутності поняття «дебіторська заборгованість», виділення окремих її видів є невід'ємним елементом обліково-аналітичного забезпечення управління діяльності підприємства. Регулярне проведення аналізу дебіторської заборгованості сприятиме оцінці фінансових можливостей суб'єктів господарювання своєчасному виявленню негативних тенденцій їх розвитку, а також буде слугувати базою для обґрунтування заходів зі зміцнення спроможності підприємства вчасно отримувати свої фінансові зобов'язання.

Література:

1. Бухгалтерський фінансовий облік [Текст]: підручник / ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. 5-е вид., доп. І перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 726 с.
2. Економічна енциклопедія: у 3-х томах. Т.1/ Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Вид. центр «Академія», 2000. – 864 с.
3. Моїсеєнко Г. І. Дебіторська заборгованість: сутність та класифікація / Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2010. – Вип. 29, Ч. 2. – С. 96–99.
4. Москалюк Г. О. Система внутрішнього контролю дебіторської та кредиторської заборгованості: напрямки удосконалення і розвитку / Ефективна економіка. – 2013. – № 3 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1899>
5. П (С) БО 10 «Дебіторська заборгованість» [Електронний ресурс]: затв. МФУ від 25.10.99 № 725/4018. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
6. Тирінов А. В. Дебіторська заборгованість підприємства: специфіка і сутність / Причорноморські економічні студії. – 2016. – Випуск 9–2. – С. 112–116.
7. Чорнобривець М. М. Дебіторська заборгованість: сутність та причини виникнення / Європейські перспективи. – 2013. – № 10. – С. 181–185.

Куц Татьяна Валериевна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры статистики и экономического анализа
Национального университета биоресурсов и природопользования Украины
Вакуленко Виктория Николаевна
студент
Национального университета биоресурсов и природопользования Украины

ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ ВИДЫ

Аннотация

В статье рассматриваются теоретические подходы к трактовке сущности дебиторской задолженности предприятия. Обобщено значение и актуальность учетно-аналитического обеспечения управления дебиторской задолженностью в современных условиях хозяйствования. Исследованы основные классификационные признаки для выделения видов дебиторской задолженности, которые возникают на практике. Приведена характеристика выделенных видов дебиторской задолженности для дальнейшего ее анализа.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, предприятие, оборотные активы, классификация дебиторской задолженности, управление задолженностью.

Kuts Tetyana Valeriivna

PhD, Associate Professor,
Associate Professor of Department of Statistics and Economic Analysis
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
Vakulenko Victoriya Mukolaivna
student
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

SETTLEMENTS WITH DEBTORS: ECONOMIC ESSENCE AND BASIC TYPES

Summary

The article deals with the theoretical approaches to the interpretation of the essence of receivables of the enterprise. The importance and relevance of accounting and analytical support for the management of accounts receivable in modern economic conditions is generalized. The main classification features for identifying types of receivables, which arise in practice, are investigated. The characteristics of the selected types of receivables are presented for further analysis.

Key words: Settlements with debtors, enterprise, current assets, classification of accounts receivable, debt management.

УДК 658

Дячек Віталій Васильович

кандидат економічних наук,
старший викладачкафедри менеджменту та
маркетингу зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного університету імені Василя Каразіна

Ликова Анна Сергіївна

студент
Харківського національного університету імені Василя Каразіна

ВТІЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ BLOCKCHAIN У ЛОГІСТИЦІ

У статті розглянуто питання відносно сутності технології blockchain та тенденцій її розвитку. Однієї із основних сфер, які зазнають впливу технології у подальшому стані логістика. Тому доцільно розібрати як саме технологія впливає на здійснення логістичних операцій. У роботі обґрунтована актуальність технології. Розглянуто особливості функціонування blockchain у порівнянні з сучасними системами розрахунків. Вивчено властивості блокового ланцюга. Для формування повного уявлення про діяльність технології blockchain було досліджено етапи її розвитку та шляхи використання на прикладі світових компаній. Виходячи з цього, наданий прогноз щодо подальшого розвитку технології на українському ринку.

Ключові слова: blockchain, Bitcoin, логістика, розрахунки, фінансова система, посередник ланцюговий блок, транзакція, криптовалюта.

Постановка проблеми. Технологія blockchain може змінити всесвітню систему розрахунків та розуміння здійснення звичної операції між двома

особами. На даному етапі розвитку українського ринку, уряду потрібно розглянути сутність функціонування технології blockchain та обґрун-

тувати її ефективність використання у сфері логістики. Вивченням використання технології у економічній сфері займалися такі вчені та програмісти як Сатосі Накамото, Віталік Бутерін, Мелані Свон та інші.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в розгляді сутності blockchain та описі особливостей функціонування blockchain в Україні та у світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий розвиток технологій стимулює розвиток всіх аспектів існування людини. Сьогодні вони роблять величезний вплив на розвиток економіки, бізнесу і, навіть, держави. Технології змінюють розуміння людей про торгівлю, поняття власності та взаємодії гравців ринку. Через віртуальні гарантії зараз можливо виконувати будь-які торгові операції на іншому кінці світу. Але при такому віддаленому способі розрахунків існує висока небезпека негативного втручання сторонніх осіб.

Одним із завдань класичної криптології є узгодження дій учасників системи, об'єднаних однією метою, але позбавлених довіри один до одного. Очевидне вирішення цього завдання полягає у створенні єдиного контролюючого органу, який буде гарантувати учасникам системи достовірність одержуваної інформації.

Банки і платіжні системи служать гарантантами грошових переказів. У суспільних відносинах цю функцію виконують нотаріуси, а виборчі комісії верифікують підсумки політичних виборів. Блокчейн-технології змінюють звичну логіку, і необхідність в посередниках відпадає. Це досягається завдяки особливій формі зберігання інформації про транзакції одразу на всіх комп'ютерах системи – в розподілених реєстрах або базах даних.

Важко сказати напевно, скільки часу знадобилося на створення концепції і розробку всіх теоретичних аспектів створення децентралізованої цифрової валюти. Тому початком прийнято вважати 2008 рік, коли в Інтернеті з'явився документ з описом криптовалюти, опублікований під ім'ям Сатосі Накамото. Наразі, невідомо хто переховувався і продовжує ховатися під цим псевдонімом, чи це був один автор або група розробників [1].

У 2008 році були опубліковані прес-релізи і зареєстрований домен, на якому розмістився офіційний сайт платіжної системи bitcoin.org. Сатосі Накамото продемонстрував новий спосіб досягнення соціального консенсусу, що дозволяє підтверджувати істинність всіх транзакцій без участі третьої сторони. Найпростіше продемонструвати це на прикладі біткоїнів.

Кожна транзакція відбувається в онлайн-режимі і представляє собою повідомлення про те, що якийсь користувач переводить іншому користувачеві певну кількість біткоїнів. Як тільки транзакція проведена, вона стає видимою для майнерів.

Жодна з транзакцій не буде вважатися завершеною, доки її не включать в так званий блок – саме цим і займаються майнери.

У 2013 році розвиток блокчейн-технологій серйозно підштовхнув молодий канадський про-

граміст Віталік Бутерін. Нова версія блокчейна, Blockchain 2.0, вийшла в березні 2014 року. Вона дозволила записувати в базу не тільки історію платежів, а й метадані. Першаверсія технології була заручницею одного продукту – біткоїнів. Блокчейну це дозволило вийти на новий рівень, а стартапам, які пропонують його використовувати, – домогтися співробітництва з великими корпораціями.

Список проблем, які можна вирішувати за допомогою «цифрової нотаріальної системи», майже нескінченний. Як приклад, можна привести бразильський стартап Bitnation, який запропонував європейським урядам використовувати технологію, щоб впоратися з напливом біженців з Близького Сходу без документів. Компанія пропонує оформити мігрантам віртуальне громадянство з реєстрацією їх даних в блокчейні, свого роду паспорт, який буде визнаватися урядами інших країн.

Уряди і корпорації все частіше розуміють, що блокчейн – ідеальний засіб для оптимізації власних реєстрів. Проте зростання числа транзакцій може забезпечити не тільки держави і корпорації, а й безліч дрібних компаній. Наприклад, американський стартап Everledger збирається записувати у відкритий реєстр дані про унікальні відмінні ознаки діамантів. У разі, якщо камінь буде вкрадений, запис забезпечить незаперечний доказ власності.

Розглянемо більш детально сутність роботи технології. Blockchain – це технологія надійного розподіленого зберігання достовірних записів будь-якої інформації. Наприклад, в blockchain можна зберігати записи про грошові перекази. І в криптовалюті blockchain якимось чином використовується для фіксування інформації про те, хто, кому і скільки віртуальних грошей перевів. Але в blockchain можна зберігати і дані про видані кредити, права на власність, порушення правил дорожнього руху, одруження.

Blockchain – це, як видно з назви, ланцюжок блоків даних, де кожен блок пов'язаний з попереднім. Блок містить в собі набір записів. А нові блоки завжди додаються в кінець ланцюжка. Таким чином, створюється деякий «реєстр», де дані вносяться послідовно.

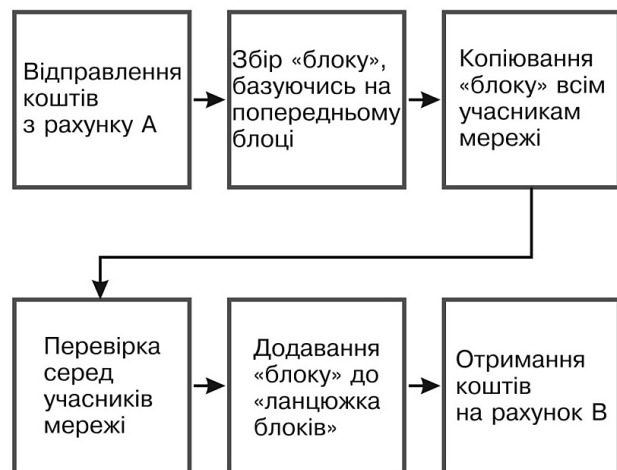


Рис. 1. Функціонування технології blockchain

Однак це дуже непростий ланцюжок побудований на трьох дуже важливих принципах:

- Розподіленість;
- Відкритість;
- Захищеність.

Всі користувачі blockchain утворюють собою мережу комп'ютерів, на кожному з яких зберігається копія даних blockchain. Зазвичай це повна копія всіх блоків, але, в принципі, можна зберігати лише потрібні на конкретному комп'ютері дані.

Завдяки такому розподілу даних вимкнути або зламати blockchain практично неможливо, оскільки для цього треба вимкнути або зламати всі комп'ютери. Поки є хоч один користувач мережі – blockchain існує, і кожен новий користувач розширює та зміцнює цю мережу. Причому всі комп'ютери рівноправні, поміж них немає організаторів, модераторів, контролерів і менеджерів. Кожен учасник відповідає сам за себе.

Всі дані blockchain – блоки і їх вміст – відкриті завжди і для всіх. Можна легко прочитати будь-який блок і побачити всі записи в цьому блоці, а також, подивитися ланцюжок і відстежити зміну інформації. Таким чином, всі дані в blockchain легко перевірити і отримати гарантовано достовірну відповідь.

Blockchain працює зі складною системою шифрування (ключів). Кожен блок має свій унікальний ключ. Неможливість «розірвати ланцюг», тобто внести правки в блок або додати блок між іншими – забезпечується тим, що коди попередніх і наступних блоків пов'язані між собою складним способом. Завдяки цьому учасник одночасно отримує відкритість і достовірність при повній недовірі до інших учасників.

За даними ресурсу CB Insights blockchain незабаром трансформуватиме такі галузі як: банківська справа, фінанси, біржові торги; кібербезпека; освіту і академічні записи; системи для голосування і виборів; продаж і лізинг автомобілів, співволодіння автомобілями, ride-sharing послуги; IoT (інтернет речей – розумні пристрої, сенсори, датчики, що передають дані) і об'єднані пристрої; прогнозування і статистика; музика, нерухомість, охорона здоров'я, страхування, торгівля, логістика, хмарні сервіси, спортивний менеджмент, туризм, управління енергоефективністю, програми лояльності, управління персоналом, управління державою, юриспруденція, продаж і відстеження зброї, передача спадщини, благодійність [2].

Уряди різних країн (Японія, Китай, Австралія, США, країни Євросоюзу, і ін), в тому числі і України, тестують дану технологію для впровадження її в держуправління.

Blockchain, що лежить в основі технології біткоїн є дуже надійним і ефективним способом обміну інформацією між сторонами. Це створює незмінний цифровий реєстр операцій, який ведеться по розподіленій мережі комп'ютерів. Потенціал спільного використання цієї технології, її захищеність від несанкціонованого доступу архітектура і повна прозорість роблять її ідеальним інструментом для революціонування способів управління ланцюгами поставок сьогодні.

Для розуміння використання можливостей технології розглянемо логістику, яку можна трактувати як структуру планування та управління

матеріальними, сервісними та інформаційними потоками. Матеріально-технічне забезпечення фізичних товарів включає в себе інтеграцію потоку інформації, транспортування, складування і часто забезпечення безпеки. Логістичні ланцюги часто охоплюють численні етапи і сотні географічних місць. Зрозуміло, що через це важко відслідковувати події у всьому ланцюжку, перевіряти товари і швидко реагувати на непередбачені обставини.

Blockchain привносить пакет миттєвих переваг у галузь. Він не тільки усуває посередників і значно зменшує обсяг робочого потоку, але також пропонує надійний захист, скорочення помилок, запобігання неправильного маркування незаконних товарів та інших спроб шахрайства [3].

Ритейлер WalMart одним з перших повірив у світле майбутнє blockchain, він тестує нову технологію IBM на поставках манго в США і свинини в Китаї. Як вважають в компанії, її впровадження підвищить ефективність управління запасами і забезпечить безпеку поставок продуктів харчування, що WalMart вважає особливо важливим після спалаху сальмонельозу в 2006 році. У той час, при використанні паперового документообігу, на ідентифікацію джерела інфекції у компанії пішло близько двох тижнів. Blockchain дозволить отримати повну інформацію про будь-яку партію товару, занесену до бази даних, за лічені секунди, стверджують прихильники технології [4].

Прозорість ланцюга поставок принесе користь і кінцевим споживачам, які зможуть переконатися в безпечності продукції, її свіжості, відсутності ГМО і небажаних добавок.

Компанія EverLadger використовує blockchain в ланцюжку поставок для підтвердження джерела походження в торгівлі алмазами. Технологічна платформа, яка надає потужні логістичні можливості в управлінні ланцюгами поставок, використовує штучний інтелект і технологію blockchain. Вона замінює диспетчера, відстежує стан замовлень в режимі реального часу, формує рахунки, управляє завданнями. У компанії запевняють, що вже працюють з 30 тисячами транспортних засобів та клієнтами з Сінгапуру, Австралії, Камбоджа і Індонезії [5].

У компанії Maersk, яка приступила до випробування технології на кількох маршрутах контейнерних ліній, вже готуються отримати багатомільярдну економію при успішному впровадженні блокчейна. 90 % зовнішньоторговельного товарообігу в світі доставляється в контейнерах. При доставці кожного з них в середньому бере участь 30 ланок логістичного ланцюга (включаючи вантажовідправників, вантажоодержувачів, перевізників, митні, фіскальні, контролюючі органи), між якими відбувається понад 200 одиниць інформаційних взаємодій. Передбачається, що свій запис в блокчейн кожна з ланок ланцюга зможе внести за допомогою портативних пристроїв, і це скасує необхідність оформляти товаросупроводжуючу документацію на кожному етапі шляху. Впровадження цифрової технології обміну і зберігання даних в режимі реального часу могло б зробити справжній прорив в ланцюгах поставок [6].

У жовтні 2016 року було проведено логістичний і юридичний експеримент Commonwealth Bank of Australia, Wells Fargo і

BrighannCotton. У його ході 88 туюків бавовни на суму в \$ 35 000 були доставлені з США до Китаю. Їх перевозив між континентами контейнеровоз Marie Schulte. Після подорожі в 11 000 км товар був вивантажений в порту Циндао. Було отримано доказ того, що комбінації технологій, як блокчейн і «розумні» контракти, можуть приносити бізнесу реальну вигоду [7].

Численні інші корпорації (Amazon, Alibaba, Kestrel і т. п.) вже проявили інтерес до використання блокчейн для своїх логістичних потреб. Однак існує тільки два таких визначних проекту, перший з яких був Blockfreight і другий A2B.

Blockfreight – це австралійська компанія, заснована ветеранами галузі, яка займається контейнерними перевезеннями і суміжними видами діяльності. Суттєвими особливостями Blockfreight є інтелектуальні контракти, засновані на blockchain і BFT: ХСР, який буде використовуватися для всіх транзакцій в мережі Blockfreight. Це дозволить платформі відстежувати всі дані про доставку і запобігати шахрайству. Краудсейл Blockfreight встановив мету в \$ 1,9 млн. Сьогодні, перебуваючи більше року в розробці, проект ще проводить дуже багато експериментальних досліджень і знаходиться на стадії розвитку [8].

Інший стартап- східноєвропейська компанія A2B, яка займається логістичними ринками України і Білорусії. A2B – це послуга, яка забезпечує прямий зв'язок між власниками вантажів і транспортними експедиторами, які обробляють більшу частину обсягу робочого процесу, уникаючи витрат на пересилку [9].

Її нова логістична модель не буде побудована з нуля, скоріше буде розроблена як синтез вже існуючої і повністю діючої платформи A2BDirect і технології blockchain. Засновники очікують, що цей крок дозволить зменшити ціну і спростити міжнародні перевезення, та дозволить підприємствам і клієнтам використовувати як фіатні гроші, так і криптовалюту [10].

Український уряд також не відстає від нових тенденцій.

В кінці 2016 року Правління НБУ схвалило і презентувало дорожню карту Cashless Economy, в якій вперше прописані плани по використанню технології blockchain в Україні [11].

У квітні 2017 року Кабінет міністрів домовився з американською технологічною компанією

Bitfury Group про створення для України повномасштабної системи електронного управління за технологією Blockchain.

Висновки проведеного дослідження. В результаті дослідження автори прийшли до висновку, що blockchain – це не тільки bitcoin, криптовалюта, про яку багато говорять і пишуть останні кілька років. Сценаріїв можливого використання цієї технології всередині організації або в рамках взаємодії окремих компаній досить багато. Блокчейн може бути надзвичайно корисним для організації, які обмінюються інформацією, цінними даними, але не надто довіряють один одному. В цьому випадку технологія дозволяє спростити і покращити процеси обміну і зберігання інформації, що має відношення до взаємодії цих організацій.

Як засіб для безперешкодного і прозорого товарообігу в світі транспортні та логістичні галузі є судинною системою глобальної торгівлі. Як і будь-яка інша стара індустрія, вони стикаються з проблемами, і революційна парадигма блокчейна – це один із способів вирішення багатьох з них. Через відсутність прозорості, стає надзвичайно важким розслідувати незаконну діяльність, що відбувається в будь-якому місці маршруту, зникнення товару, шахрайство, тощо.

Blockchain має потенціал для вирішення всіх перелічених вище питань. Будучи прозорим публічним реєстром, він буде надавати клієнтам і аудиторам прості та ефективні інструменти для відстеження всього маршруту. Одним з важливих аспектів Blockchain те, що він може забезпечити те, щоб всі члени логістичного ланцюжка мали доступ до мережі.

Впровадження блокчейна і інтелектуальних контрактів в логістику потенційно забезпечує відстеження вантажів, чесності, сумлінності та доброчинності контрагентів і учасників логістичного процесу в режимі реального часу, скорочення робочого процесу і підвищення прозорості. Ухвалення блокчейна в логістиці в даний час не може бути достатньо послідовним через існування ризиків і скептицизму, але з кожним успішним проектом майбутнє наближається, і ми можемо сміливо говорити, що через кілька років блокчейн пошириться по всій галузі. Тому вважаємо, що впровадження технології у логістику значно полегшить виконання усіх процесів та забезпечить прозорість операцій.

Література:

1. Історія blockchain [Електронний ресурс] // Біткоїн-портал. – Режим доступу: <https://bitcoin.org/>
2. Сфери використання технології [Електронний ресурс] // ресурс CB Insights. – Режим доступу: <https://www.cbinsights.com/>
3. Використання технології у логістиці [Електронний ресурс] // Портал hyperledger. – Режим доступу: <https://www.hyperledger.org/announcements/2017/02/20/hyperledger-gains-daimler-ag-as-premier-member>
4. Мелані Свон. Блокчейн: Схема нової економіки / Свон Мелані. – Видавництво «Олімп», 2017. – 53 с.
5. Стартапи [Електронний ресурс] // ресурс Tech. – Режим доступу: <https://www.tch.com/c-ai-logistics>
6. Прискорення доставки з використанням блокчейн [Електронний ресурс] // ресурс ZDNET. – Режим доступу: <http://www.zdnet.com/article/ibm-maersk-aim-to-speed-up-shipping-with-blockchain-technology/>
7. Використання технології банків Австралії [Електронний ресурс] // портал банку Австралії. – Режим доступу: <https://www.commbank.com.au/guidance/CBA-Wells-Fargo-blockchain-experiment-201610.html>
8. Технологія у системі поставок та вантажоперевозок [Електронний ресурс] // ресурс Blockfreight. – Режим доступу: <https://blockfreight.com/>
9. Логістика без посередників [Електронний ресурс] // портал A2B. – Режим доступу: <https://www.a2b.direct/#/home>
10. Компанії, які використовують технологію наразі [Електронний ресурс] // портал Майкрософт. – Режим доступу: <https://news.microsoft.com/ru-ru/features/proekt-blechley-1/>
11. Українська криптовалюта [Електронний ресурс] // Бізнес-портал. – Режим доступу: <http://biz.nv.ua/finance/kriptovaljuta-po-ukrainski-nbu-vypustit-svoj-bitcoin-265556.html>

Дячек Виталий Васильевич

кандидат экономических наук,
старший преподаватель кафедры менеджмента и
маркетинга внешнеэкономической деятельности
Харьковского национального университета имени Василия Каразина

Лыкова Анна Сергеевна

студент
Харьковского национального университета имени Василия Каразина

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ BLOCKCHAIN В ЛОГИСТИКЕ

Аннотация

В статье рассмотрен вопрос относительно сущности технологии blockchain и тенденций ее развития. Одной из основных сфер, подвергающихся воздействию технологии в дальнейшем станет логистика. Поэтому целесообразно разоб-
раться как технология влияет на осуществление логистических операций. В работе обоснована актуальность техно-
логии. Рассмотрены особенности функционирования blockchain по сравнению с современными системами расчетов.
Изучены свойства блочного цепи. Для формирования полного представления о деятельности технологии blockchain
были исследованы этапы ее развития и пути использования на примере мировых компаний. Исходя из этого, предо-
ставленный прогноз относительно дальнейшего развития технологии на украинском рынке.

Ключевые слова: blockchain, Bitcoin, логистика, расчеты, финансовая система, посредник цепной блок, транзакция, криптовалюта.

Diachek Vitalii Vasylovych

PhD in Economics, senior lecturer of the department of management and
marketing of foreign economic activity of
Kharkiv National University named after Vasyl Karazin

Lykova Anna Sergeevna

student of the department of management and
marketing external economic activity
Kharkiv National University named after Vasyl Karazin

IMPLEMENTATION INNOVATIVE BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES IN LOGISTICS

Summary

The article considers the question of the essence of blockchain technology and its development trends. One of the main areas affected by technology in the future will be logistics. Therefore, it is advisable to understand how technology affects the implementation of logistics operations. The relevance of technology is grounded in the work. The features of the blockchain operation in comparison with modern calculation systems are considered. The properties of the block chain are studied. To form a complete picture of the activity of blockchain technology, the stages of its development and ways of using the example of world companies were studied. Proceeding from this, the forecast is given regarding the further development of the technology in the Ukrainian market.

Key words: blockchain, bitcoin, logistics, calculations, financial system, intermediary chain block, transaction, cryptography.

УДК 336.543.23

Шпортюк Наталія Леонідівна

доцент кафедри менеджменту та права
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Марченко Юлія Сергіївна

студентка
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Банківська система являє собою основу для економічного розвитку та побудову стратегії соціально-економічного розвитку країни. На даний момент однією із проблем банківської системи є збереження і підтримка ліквідності банків. Підтримка оптимального рівня банківської ліквідності є досить важливою умовою задля розвитку та стійкості банківських установ. В сучасних умовах ефективність та стабільність комерційних банків впливає не лише на дієздатність фінансової системи, але й формує напрям розвитку країни.

Ключові слова: ліквідність, комерційний банк, ліквідність банку, платоспроможність, фінансова стійкість.

Постановка проблеми. При теперішніх умовах ведення банківського бізнесу необхідно від менеджменту банку розроблення нових та ефек-

тивних підходів до управління ліквідністю банку. Однак, не всі банки приділяють увагу системному аналізу, діагностиці та прогнозуванню своєї

діяльності і відповідно стратегій управління ліквідністю.

Однією із ознак що відрізняють банки від підприємств є висока частка власного капіталу у загальній структурі пасивів. Проте, забезпечити ефективний процес менеджменту можливо лише визначивши сутність самого суб'єкта управління та його значення для сталого розвитку системи.

Постановка завдання. Основною ціллю статті є визначення поняття ліквідності банку та яку роль вона відіграє у стабільності роботи банку. Головним завданням банку є оптимізація розмірів та строків фінансових вимог та строків зобов'язань банку, пошук ефективних методів регулювання банківської ліквідності. Банкам на сучасному етапі доводиться працювати в умовах постійних ризиків котрі супроводжують банківську діяльність. Особливої уваги набуває стабільність банківських установ у котрих якісними характеристиками виступають ліквідність та платоспроможність. Відповідно, питання управління ліквідністю банку є особливо найважливішим та актуальним. Проте, не дивлячись на великий обсяг публікацій, в котрих аналізують проблеми управління банківською ліквідністю і ризиками, досить багато питань залишається недостатньо вивченим. У тому числі недостатньо розробленими є питання сутності ліквідності сучасного банку, методологічного розмежування понять «ліквідності» і «платоспроможності», що наводить до складнощів в термінології і практичному їх використанні, особливо при розробці механізму управління ризиком ліквідності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «ліквідність» означає як легкість реалізації, швидка конвертація матеріальних цінностей у грошові кошти [1]. Поняття «ліквідність комерційного банку» означає, що банк може своєчасно і в повному обсязі забезпечити виконання своїх боргових зобов'язань перед контрагентами. Проте єдиного тлумачення поняття «ліквідність» не існує, поняття має більш широкий та глибокий зміст. Аналіз нормативно-правової бази, думок науковців свідчить про неоднозначність поняття банківської ліквідності, що вказує на багатогранність відповідного поняття. Основною умовою ліквідності є забезпечення безперебійної роботи банку, рівномірного розподілу і ефективності використання банківських ресурсів. По-перше, у банку здійснюється ефективність виконання функцій фінансового посередництва, таких як платіжно-розрахункова, депозитна (залучення тимчасово вільних ресурсів суспільства), кредитно-інвестиційна (розміщення залучених коштів завдяки надання кредитів). По-друге, банк є установою, котра функціонує на засадах комерційної діяльності, таких як самоокупність, матеріальна зацікавленість, економічна відповідальність, що регулюється не лише специфічним для фінансової сфери законодавством, а й нормативно-правовими актами у сфері підприємницької діяльності, у тому числі податковим, цивільним, трудовим законодавством тощо [3].

Головною умовою при тлумаченні «ліквідність банку» є можливість банку виконувати зовнішні та внутрішні вимоги, що мають деякі обмеження при використанні у банку грошових ресурсів.

У науковій літературі визначення понять «ліквідність банку» та «платоспроможність банку» є неоднозначним. Але однозначним є твердження про ліквідність як одну з основних умов платоспроможності. Проте розуміння поняття ліквідності банку лише зі сторони якості активів дуже вузьке і повністю не розкриває його сутності. Але є очевидним, що два різні поняття відповідають різним економічним явищам. Платоспроможний банк – це той банк, котрий виконує свої боргові зобов'язання, а ліквідний банк – це банк, який виконує свої боргові зобов'язання у певний строк.

Виділяють такі особливості у тлумаченні поняття «ліквідність банку» у наукових працях. Вкрай рідко у певному визначенні є посилання на валютну складову, в той момент коли для банків, які функціонують на міжнародному фінансовому ринку, це може мати вирішальне значення. Разом із необхідністю володіти певним обсягом високоліквідних активів, ліквідний банк повинен бути готовий до акумулювання необхідної суми грошових ресурсів на міжбанківському грошовому ринку, а особливо – на ринку капіталів. Коли банк має бездоганну репутацію, то нові заявки клієнтів на отримання кредиту вона може фінансувати за рахунок позичок великих міжнародних банків та банківських груп. Ці позички розраховані, зазвичай, на достатньо довгий період, що дає змогу виділяти у визначенні ліквідності банку короткостроковий та довгостроковий аспекти.

Для того щоб з'ясувати роль ліквідності у забезпеченні стабільності функціонування банку, необхідно визначити сутність стабільності або фінансової стійкості банківської установи. Банківській установі необхідно бути впевненим, що для забезпечення своєї стабільності банк зможе у будь-який момент задовільнити потреби своїх клієнтів. Для забезпечення стабільності банку потрібно підтримувати відповідність між активними та пасивними статтями балансу, між строками повернення кредитів та строками закінчення депозитів. Банку необхідно бути ліквідним, задля залучення коштів на строкові чи поточні рахунки, а також задоволення нових кредитних заявок клієнтів банк повинен мати зразкову репутацію у свідомості своїх потенційних вкладників та кредиторів. Для банку котрий працює з грошима, репутацію заробити дуже складно, а втратити можна, не повернувши один єдиний вклад [7]. Наявність такого своєрідного замкнутого кола тільки підкреслює значущість ліквідності та здатності менеджменту налагодити ефективне управління нею для забезпечення стабільного функціонування та подальшого розвитку банку.

Питанням стійкості банківської системи відведено значне місце.

Вчений Шелудько Н.М. пропонує визначати фінансову стійкість банку як динамічну інтегральну категорію «системи трансформації ресурсів та ризиків», здатну повноцінно виконувати свої функції, витримувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища [8]. Проте, автор чітко визначив саму сутність фінансової стійкості банку, як його здатності витримувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Фінансова стійкість

включає показники, які розкривають результативність складових стійкості банківської установи, особливо обсяг і структуру власних засобів, рівень прибутковості, норму прибутку на власний капітал, дотримання показників ліквідності, мультиплікативну ефективність власного капіталу, обсяг створеної додаткової вартості. Фінансова стійкість банку – це складова характеристика фінансової стабільності, його надійності, показниками якої, в свою чергу, є капітальна стійкість, ліквідність, прибутковість і ризик комерційного банку [2]. Таким чином, ліквідність надзвичайно важлива для банку, як складова фінансової стійкості. Усі ці процеси включає управління ліквідністю банку. Стабільне функціонування та подальший розвиток банків залежить від здатності банку організувати ефективне управління ліквідністю. Від управління ліквідністю залежить не лише спроможність банку розраховуватись за своїми зобов'язаннями, але і задовольняти існуючий попит на ресурси для здійснення активних операцій. Крім того, дотримання встановлених вимог ліквідності є основним свідченням надійності установи банку, а, отже, і ділової репутації.

Управління ліквідністю банку як складової фінансової стійкості сьогодні особливо важливо для України.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, ліквідність банку – це можливість банку забезпечити своєчасне та в повному обсязі виконання своїх боргових та фінансових зобов'язань. Рівень банківської ліквідності впливає на стабільність банківської системи в цілому. Складовими фінансової стійкості є капітальна стійкість, ліквідність, прибутковість та ризик. Національний банк України, встановлюючи відповідні нормативи ліквідності, підтримує звичайно й стійкість банку, що є результатом зменшення накопичення вільних коштів в банку. Досить важливим фактором є виявлення впливу управління ліквідністю на фінансову стійкість – збалансованість між сумами активів та пасивів банку, що підтримує капітальну стійкість банку, яка також є невід'ємною частиною стійкості банку. З цього можемо зробити висновок, що управління ліквідністю банку забезпечує підтримання на належному рівні усіх складових фінансової стійкості, а отже, є її невід'ємною частиною.

Література:

1. Вишинская Г. Н. Ликвидность и платежеспособность банка / Г. Н. Вишинская, Д. М. Ахметова // Аудит и финансовый анализ. – 2004. – № 4. – С. 139–169.
2. Волкова В. В. Управление ликвидностью как складовая финансовой устойчивости банка / В. В. Волкова, Н. И. Волкова, О. М. Чорна // Финансово-кредитная деятельность: проблемы теории и практики. – 2011. – № 1. – С. 54–60.
3. Гронер К. Управление казначейством: материалы семинара / К. Гронер. – К.: Нац. центр подготовки банк. работников Украины, 2000. – 140 с.
4. Івасів І. Б. Ліквідність банку в умовах маркетингоорієнтованого менеджменту / І. Б. Івасів // Фінанси України. – 2003. – № 1. – С. 109–116.
5. Марущак М. В. Управление ликвидностью в банках Украины: стратегический та операционный уровень / М. В. Марущак // Фінанси України. – 2009. – № 1. – С. 126–131.
6. Молчанов О. В. Теоретичні підходи до управління ліквідністю сучасних банків / О. В. Молчанов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 10. – С. 48–51.
7. Примостка Л. О. Финансовый менеджмент у банку: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2004. – 467 с.
8. Шелудько Н. М. Иноземный капитал у банковском секторе Украины: тенденции, проблемы, перспективы // Фінанси України. – 2004. – № 12. – С. 100–107.

Шпортюк Наталья Леонидовна

доцент кафедры менеджмента и права

Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета

Марченко Юлия Сергеевна

студентка

Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета

УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СТАБИЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Аннотация

Банковская система представляет собой основу для экономического развития и построение стратегии социально-экономического развития страны. На данный момент одной из проблем банковской системы является сохранение и поддержание ликвидности банков. Поддержание оптимального уровня банковской ликвидности является достаточно важным условием для развития и устойчивости банковских учреждений. В современных условиях эффективность и стабильность коммерческих банков влияет не только на дееспособность финансовой системы, но и формирует направление развития страны.

Ключевые слова: ликвидность, коммерческий банк, банковская ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость.

Shportyuk Natalia Leonidovna

Associate Professor of the Department of Management and Law
Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

Marchenko Julia Sergeevna

student of the Department of Finance and Banking
Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

LIQUID MANAGEMENT IN PROVIDING STABILITY OF COMMERCIAL BANK

Summary

The banking system is the basis for economic development and the construction of a strategy for socio-economic development of the country. Currently, one of the problems of the banking system is the maintenance and support of liquidity of banks. Supporting the optimal level of bank liquidity is a very important condition for the development and sustainability of banking institutions. In today's conditions, the efficiency and stability of commercial banks affects not only the capacity of the financial system, but also forms the direction of development of the country.

Key words: liquidity, commercial bank, liquidity of the bank, solvency, financial stability.

УДК 65.012.124

Шпортюк Наталія Леонідівна

доцент кафедри менеджменту і права

Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Моголівець Наталія Володимирівна

студент

Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

У статті проаналізовані підходи до прийняття управлінських рішень, розкриті їх сутність та зміст. Виявлені основні сучасні підходи, які широко використовуються на підприємствах. Проаналізовані їх переваги та недоліки, що значно впливають на практичну діяльність.

Ключові слова: підхід до прийняття управлінських рішень, класичний підхід, адміністративний підхід, ірраціональний підхід.

Постановка проблеми у загальному виді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. В умовах бурхливого економічного розвитку для будь-якого підприємства головним завданням залишається забезпечення його життєдіяльності. У таких складних умовах саме розробка, прийняття та реалізація управлінських рішень потребує особливої уваги з боку керівництва. Ефективність роботи господарських систем значною мірою залежить від правильності вибору підходу до процесу прийняття управлінських рішень. Особливої значимості це питання набуває в умовах постійного браку кількості варіантів альтернативних рішень, часу, непередбачуваності наслідків від реалізації рішень, а також низької вірогідності правильного його розуміння та виконання колективом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій за проблемою. Підходами до прийняття управлінських рішень займалися вітчизняні та зарубіжні науковці. Зокрема, серед них можна виділити таких, як Ю. І. Башкатова, В. М. Приймак, Р. А. Фатхутдинов, О. А. Зайцева, А. А. Радугин, К. А. Радугин, Н. І. Рогачева, І. Є. Давидович, Н. А. Хрущ, О. С. Корпан, М. В. Желіховська, Р. Л. Дафт, Г. А. Саймон, М. В. Чабанна, О. Г. Чувардинський, Е. Д. Дмитренко, Д. Є. Знак, В. О. Кожуда, І. І. Хмеленко, В. Д. Рогожин, О. О. Затейщикова [3].

Незважаючи на увагу з боку науковців до цього питання, ґрунтовний аналіз основних сучасних підходів до прийняття управлінських рішень не був здійснений, а виявленні наробки у даному напрямку потребують систематизації та доопрацювання.

Мета статті – дослідження та систематизація основних сучасних наукових підходів до прийняття управлінського рішення, а також виявлення їх переваг та недоліків, які виникають під час їх практичного застосування на підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Ефективність та якість управлінських рішень залежить від багатьох чинників. Одним із основних є методологія вирішення проблеми, тобто підходи, принципи, методи. Зважаючи на те, що поведінка людини не завжди логічна, способів, які використовує особа для прийняття рішення, є досить багато і вони варіюються – від спонтанних до високологічних.

Аналіз теорії та практики економічного управління різноманітними об'єктами дозволив встановити, що на сьогодні не існує єдності думок щодо кількості та класифікації підходів до прийняття управлінських рішень.

Зокрема, Ю. І. Башкатова в роботі «Управленческие решения» вказує на необхідність використання у менеджменті 13 наукових підходів: системного; комплексного; інтеграційного; мар-

кетингового; функціонального; динамічного; виробничого; процесного; нормативного; кількісного (математичного); адміністративного; поведінкового; ситуаційного [1, с. 46].

Р. А. Фатхутдинов висвітлює іншу думку та зосереджується на наступних підходах: 1) системний; 2) логічний; 3) виробничо-еволюційний; 4) інноваційний; 5) комплексний; 6) глобальний; 7) інтеграційний; 8) віртуальний; 9) стандартизований; 10) маркетинговий; 11) еволюційний; 12) функціональний; 13) процесний; 14) структурний; 15) ситуаційний; 16) нормативний; 17) оптимізаційний; 18) директивний; 19) поведінковий; 20) діловий [2, с. 64].

У роботі «Основы менеджмента» під редакцією А. А. Радугина ми можемо побачити зовсім іншу класифікацію підходів до прийняття управлінських рішень: централізований та децентралізований підхід; груповий та індивідуальний; система участі та неучасті у прийнятті управлінських рішень; демократичний та доглядний підхід [2].

Залежно від ступеня впливу інтуїції, судження, раціональності на процес прийняття рішення В. М. Приймак виокремлює такі підходи: інтуїтивні рішення, інсайтні рішення, рішення, які ґрунтуються на судженнях, врівноважені рішення, імпульсивні рішення, інертні рішення, ризиковані рішення, обережні рішення, раціональні рішення [3, с. 13].

Враховуючи таку кількість поглядів на підходи до прийняття управлінських рішень, вважаємо доцільним погодитися із думкою І. Є. Давидовича, який стверджує, що внаслідок складності і розмаїтості процесу прийняття рішень існує безліч підходів до його вивчення.

Аналіз робіт науковців показав, що, незважаючи на значну кількість підходів, більшість із них виділяє три основних, на основі яких і відбувається формування нових: класичний, адміністративний та ірраціональний (у т. ч. соціологічні та психологічні) підходи (рис. 1).

Класичний підхід ґрунтується на понятті раціональності в прийнятті рішень. Передбачається, що особа, яка приймає рішення, повинна бути абсолютно об'єктивною і логічною, мати чітку мету, усі її дії в процесі прийняття рішень спрямовані на вибір найкращої альтернативи. Основними характеристиками класичного підходу є такі:

1) особа, яка приймає рішення, має чітку мету прийняття рішення;

2) особа, яка приймає рішення, має повну інформацію щодо ситуації прийняття рішення;

3) особа, яка приймає рішення, має повну інформацію щодо всіх можливих альтернатив і наслідків їх реалізації;

4) особа, яка приймає рішення, має раціональну систему впорядкування переваг за ступенем їх важливості;

5) мета особи, яка приймає рішення, завжди полягає у тому, щоб зробити вибір, який максимізує результат діяльності організації [4, с. 42].

Усередині раціонального підходу існує кілька теорій, що пояснюють прийняття управлінських рішень: розробка стратегії (SWOT-аналіз), планування стратегії (за І. Ансоффом) та позиціонування (за М. Портером).

Класичний підхід вважається нормативним; він визначає, як повинен діяти менеджер, що здійснює вибір, але нічого не говорить про те, як насправді відбувається ухвалення рішень. Цінність моделі полягає в тому, що вона спонукає менеджерів до раціональних рішень. Поширеність класичного підходу багато в чому пов'язана з появою різних кількісних методів ухвалення рішень за допомогою комп'ютерної техніки. Кількісні методи включають побудову дерева рішень, платіжні матриці, аналіз точок беззбитковості, лінійне програмування, прогнозування і моделі операційної діяльності. Розвитку класичного підходу сприяють і корпоративні інформаційні системи. Але за багатьма своїми аспектами класична модель є «ідеальним» способом ухвалення рішень, а, як відомо, ідеал тому й ідеальний, що він недосяжний. Класична модель найбільш адекватна програмованим рішенням, ситуаціям впевненості або ризику, коли є доступ до всієї необхідної інформації, що дозволяє розрахувати вірогідність результатів [3, с. 27].

Адміністративний підхід, на відміну від класичного, має такі основні характеристики:

1) особа, яка приймає рішення, не має повної інформації щодо ситуації прийняття рішення;

2) особа, яка приймає рішення, не має повної інформації щодо всіх можливих альтернатив;

3) особа, яка приймає рішення, не здатна або не схильна (або і те та інше) передбачити наслідки реалізації кожної можливої альтернативи.

Прийняття рішень (або вибір) Г. Саймон пояснював як процес, за допомогою якого у кожен момент часу обирається для виконання лише одна із багатьох доступних альтернатив [4, с. 80].

Критикуючи підхід «всеохоплюючої раціональності», Г. Саймон запропонував підхід «обмеженої раціональності», у якому враховано неповноту ресурсів, доступних у процесі

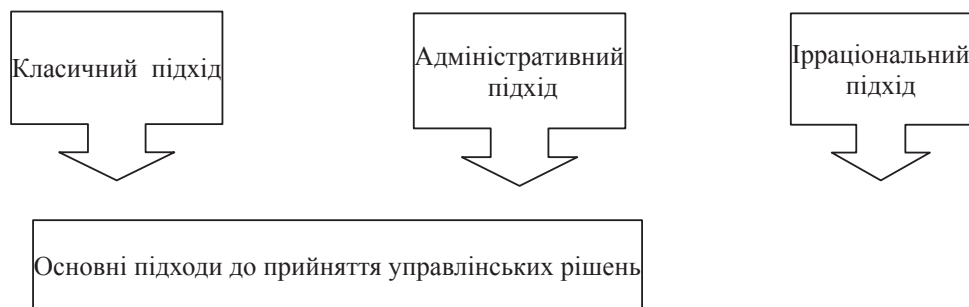


Рис. 1. Основні підходи до прийняття управлінських рішень

прийняття рішення, та наголошується на доцільності вибору прийнятної, а не найкращої альтернативи рішення. Рациональність він розглядав як вибір бажаних альтернатив поведінки, що впливають із певної системи цінностей, за допомогою якої можливо оцінити наслідки вчинків [4, с. 4].

Прихильники адміністративної концепції також звертали увагу на те, що мозок людини, яка

приймає рішення, може бути заповнений дуже великою кількістю інформації.

Обробити ж він може тільки обмежену її кількість з обмеженою кількістю альтернатив. Це насправді так, навіть якщо суб'єкт, що приймає рішення, має намір бути раціональним, адже існують численні обмеження його раціональності. [4, с. 52].

Адміністративний підхід носить описовий характер, відображає реальний процес ухвалення

Таблиця 1

Основні сучасні підходи до прийняття управлінських рішень

№ з/п	Підходи	Сутність
1	Системний	один зі спеціальних способів наукового дослідження, за яким досліджуваний об'єкт розчленовують на елементи, що розглядають в єдності, тобто як систему.
2	Комплексний	це вираховування технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціально-психологічних та інших аспектів управління та їх взаємозв'язок.
3	Функціональний	управління підприємством виступає у виді набору функцій, а управління діяльністю здійснюється за структурними елементами (відділами, секторами).
4	Процесний	передбачає, що процес прийняття управлінських рішень має бути спрямований на здійснення управлінських функцій, до яких належать планування, організація, координація, мотивація та контроль.
5	Виробничий	орієнтований на постійне поновлення виробництва товару для задоволення потреб конкретного ринку з меншими, у порівнянні із найкращим аналогічним об'єктом на даному ринку, сукупними витратами на одиницю корисного ефекту.
6	Поведінковий	основною ціллю цього підходу є підвищення ефективності фірми за рахунок підвищення ефективності її людських ресурсів.
7	Ситуаційний	концентрується на тому, що прийняття управлінських рішень відбувається на основі різних методів управління та залежно від ситуації.
8	Інтуїтивний	вибір зроблено на основі відчуття (без логічного промірковування) того, що він правильний

Таблиця 2

Аналіз переваг та недоліків основних сучасних підходів до прийняття управлінських рішень

№ з/п	Підходи	Сутність
1	Системний	Переваги: систематизує проблему, що дозволяє детальніше обґрунтувати управлінське рішення; спрямування на слабко структуровані проблеми; ефект синергії. Недоліки: досить висока вартість та тривалість, потреба у висококваліфікованих працівниках.
2	Комплексний	Переваги: ефект синергії, детальний аналіз проблеми. Недоліки: складність застосування у зв'язку із потребою врахування усіх аспектів діяльності підприємства, значна вартість та тривалість.
3	Функціональний	Переваги: виключення дублювання управлінських функцій, висока компетенція та спеціалізація осіб, зменшення потреби в спеціалістах широкого профілю, зменшення накладних витрат, просте формування організаційної структури. Недоліки: значні витрати часу, складність координації діяльності та розподілу загальних ресурсів, відсутність належної інтеграції, високі витрати, відсутність відповідальності за кінцевий результат, орієнтація підрозділів на власні інтереси, відсутність єдиних показників ефективності.
4	Процесний	Переваги: підвищення якості, об'єктивна оцінка діяльності посадових осіб, узгодженість результатів діяльності проміжних операцій, зменшення накладних витрат, можливість побудови системи мотивування, орієнтація на кінцевий результат. Недоліки: неможливість сформувати стійку організаційну структуру, тривалий проміжок часу між прийняттям рішення та контролем.
5	Виробничий	Переваги: оновлення виробництва, зменшення накладних витрат, підвищення якості. Недоліки: високі витрати, складність постійного оновлення виробництва.
6	Поведінковий	Переваги: підвищення ефективності діяльності як окремого працівника, так і підприємства в цілому, дозволяє врахувати особисті якості управлінського персоналу, можливість побудови мотиваційної системи. Недоліки: ризиковість, відсутність чітких показників ефективності та критеріїв контролю.
7	Ситуаційний	Переваги: швидкість реагування, розкриває особисті якості працівника, можливість побудови системи мотивування. Недоліки: суб'єктивність прийняття управлінських рішень, ризиковість.
8	Інтуїтивний	Переваги: враховує досвід та знання працівника, дозволяє приймати нестандартні рішення, швидкість реагування. Недоліки: досить високий ризик помилки, суб'єктивність оцінки результатів управлінського рішення.

управлінських рішень в складних ситуаціях, в ньому враховуються людські та інші обмеження, що впливають на раціональність вибору.

Ірраціональний підхід ґрунтується на передбаченні того, що рішення приймаються ще до того, як досліджуються альтернативи. Цей підхід переважно застосовується:

- 1) для вирішення принципово нових, нетрадиційних рішень, для тих, які складно вирішити;
- 2) для вирішення проблем в умовах дефіциту часу;
- 3) коли менеджер або група менеджерів мають достатню владу, щоб «нав'язати» своє рішення [5].

До ірраціонального підходу науковці відносять також соціологічний і психологічний підходи, які ґрунтуються на впливі свідомості людини і людських відносин на процес прийняття рішень.

Загальний аналіз підходів до процесу прийняття управлінських рішень дозволив нам виділити основні сучасні підходи, які, за висновками науковців, найчастіше використовуються під час прийняття управлінських рішень на підприємствах. Вони не є синонімами, не дублюють, а доповнюють одне одного, що підтверджується дослідженнями їх змісту. У табл. 1 наведена сутність цих підходів, яка була відображена авторами.

Соціологи вивчають процес прийняття рішень як процес групової взаємодії. У рамках соціологічного підходу існують три основні групи теорій, що описують прийняття управлінських рішень: теорії політичної взаємодії, колективного навчання, корпоративної культури [6].

Дослідження робіт науковців дозволило нам не лише розглянути сутність підходів до прийняття управлінських рішень, а й виявити їх позитивні та негативні сторони, з якими можуть зіткнутися підприємства під час їх практичного застосування, та доповнити їх, що висвітлено у табл. 2.

Вибір наукового підходу потрібно здійснювати, враховуючи виявлені позитивні та негативні сторони, зважаючи на функціонування суб'єкта господарювання, його організаційну структуру, стан ринкового середовища (попиту та пропозиції), враховуючи закони дохідності, економії часу, стійкості, онтогенезу, синергії, конкуренції та самозбереження.

Висновки та перспективи подальших досліджень в цьому напрямку. Таким чином, підходи до прийняття управлінських рішень є основою ефективної діяльності будь-якого підприємства, при цьому вони можуть ґрунтуватися як на цілкоміто раціональній основі, так і повній ірраціональності. На сьогоднішній день науковці виділяють досить значну кількість сучасних підходів до прийняття управлінських рішень. Усі вони мають місце у практичному застосуванні на підприємствах, при цьому кожен із підходів має слабкі та сильні сторони. Саме тому досить важливим є їх детальний аналіз та виявлення особливостей застосування кожного із них для забезпечення найбільшої продуктивності використання у майбутньому. Зважаючи на це, виникає гостра потреба подальших досліджень у даному напрямку.

Література:

1. Зайцева О. А. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / О. А. Зайцева, А. А. Радугин, К. А. Радугин, Н. И. Рогачева ; [науч. редактор А. А. Радугин]. – М. : Центр, 1998. – 432 с. : ил.
2. Приймак В. М. Прийняття управлінських рішень : навчальний посібник / В. М. Приймак. – К. : Атіка, 2010. – 240 с.
3. Хрущ Н. А. Проблеми прийняття управлінських рішень в системі стратегічного управління підприємствами / Н. А. Хрущ, О. С. Корпан, М. В. Желіховська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 1. – С. 41–45.
4. Дафт Р. Л. Менеджмент : учебник / Р. Л. Дафт. – СПб. : Питер, 2001. – 832 с. – Серия «Теория и практика менеджмента».
5. Хрущ Н. А. Проблеми прийняття управлінських рішень в системі стратегічного управління підприємствами / Н. А. Хрущ, О. С. Корпан, М. В. Желіховська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 1. – С. 41–45.
6. Шпортюк Н.Л. Організаційно-правові засади муніципально господарювання в країнах ЄС досвід для України. – 2015. – Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, кафедра менеджмента і права. Підтвержден адрес электронной почты в домене dsau.dp.ua.

Шпортюк Наталя Леонидовна

доцент кафедри менеджмента и права

Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета

Моголивец Наталия Владимировна

студент

Днепропетровского государственного аграрно-экономического университета

АНАЛИЗ ПОДХОДА К ПРИНЯТИЮ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Аннотация

В статье проанализированы подходы к принятию управленческих решений, раскрыта их сущность и содержание. Выявлены основные современные подходы, которые широко используются на предприятиях. Проанализированы их преимущества и недостатки, что значительный воздействуют на практическую деятельность.

Ключевые слова: подход к принятию управленческих решений, классический подход, административный подход, иррациональный подход.

Shportyuk Natalia Leonidovna

Associate Professor of the Department of Management and Law
Dnipropetrovsk State Agrarian and Economical University

Mogilevets Natalia Volodymyrivna

Sent Bachelor

Dnipropetrovsk State Agrarian and Economical University

ANALYSIS OF APPROACHES TO ADMINISTRATION OF ADMINISTRATIVE SOLUTIONS

Summary

In the article the analyzed approaches of acceptance of administrative decisions, their essence and maintenance are exposed. Exposure basic modern approaches that is widely used on enterprises. Their advantages and defects that have considerable influence at the use in practice are analyzed.

Key words: approach of acceptance of administrative decisions, classic approach, administrative approach, irrational approach.

УДК 336.543.23

Мориляк Зоряна Василівна

студентка факультету міжнародних економічних відносин
Ужгородського національного університету

СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ З МІЖНАРОДНИМИ ФІНАНСОВИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЇЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ІНТЕРЕСІВ

Висвітлено питання вивчення ролі співпраці України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями із урахуванням контексту реалізації її національних інтересів. У статті викладено основні положення, аспекти та напрямки діяльності міжнародних фінансових організацій. Стаття присвячена висвітленню проблематичних аспектів співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями та шляхи їх вдосконалення. У статті порушені гострі проблеми співпраці протягом останніх років. На основі аналізу, узагальнення і систематизації наукових джерел висвітлено основне значення міжнародних фінансових організацій та компроміси у продовженні співробітництва з Україною. У публікації на основі наукових статей і думок відомих науковців і політиків порушено основні проблеми у фінансово-кредитних відносинах з Україною, позитивні і негативні сторони співпраці та шляхи вдосконалення співробітництва. Зроблені в статті висновки допоможуть зрозуміти актуальний стан взаємовідносин і шляхи покращення співпраці міжнародних фінансових організацій з Україною.

Ключові слова: міжнародні фінансові організації, Міжнародний Валютний Фонд, Світовий банк, співробітництво з міжнародними фінансовими організаціями, фінансово-кредитні відносини, Україна і МФО.

Постановка проблеми. У сьогоднішньому світі міжнародні фінансові організації відіграють важливу роль. Адже сфера валютно-фінансових відносин найбільш вразлива та непередбачувана. Особливим значенням є діяльність цих організацій для країн, які переходять до ринкових відносин і готові використати досвід і реальні можливості міжнародних фінансових організацій.

Довгочасне співробітництво України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями показує необхідність формувати новий підхід до ролі міжнародної допомоги та потенціалу міжнародних фінансових організацій, як до доповнюючих інструментів ведення державної політики України та відображення інтересів країни на світовому ринку.

Розвиток взаємовідносин з міжнародними організаціями має великий вплив для розвитку економіки України в цілому. Зважаючи на високий нереалізований потенціал України потрібно збільшувати можливості залучення фінансової допомоги для розвитку потенціалу України. Тому, потрібно зрозуміти значення міжнародних

фінансових організацій у фінансуванні проектів для України, а також модернізувати відносини для адаптування до потреб розвитку країни.

На сьогодні Україна є учасником багатьох міжнародних фінансових організацій, таких як Міжнародний валютний фонд, Світовий банк та ін. Від початку співпраці до сьогоднішніх часів Україна отримала великий досвід співробітництва, однак виникали і проблеми, які потрібно було розв'язувати.

Великі політико-економічні події, які відбулися в 2013–2014 рр. показали певні деструктивні чинники розвитку суспільства. Тому, виникла потреба в додаткових інвестиціях від міжнародних фінансово-кредитних організацій для боротьби з кризовими явищами, які склалися в Україні.

Для подальшої співпраці України з міжнародними фінансово-кредитними організаціями потрібно провести ряд реформ, як в середині країни, так і у відносинах з МФО. Для продуктивної співпраці уряду України потрібно провести ряд реформ в економічній, фінансовій і соціальній сферах, для подальшого отримання фінансуван-

ня від зовнішніх інвесторів. Крім того, найбільшою проблемою є пріоритетність фінансування, адже через не визначення пріоритетних сфер, фінансування розходиться по всіх сферах, що в майбутньому не дає жодного результату і жодних ефектів.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати головні завдання дослідження, які полягають в аналізуванні співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями (МВФ, Групою Світового банку), сформулювати основні практичні аспекти співробітництва, розробити практичні рекомендації щодо методів вдосконалення і підвищення ефективності співпраці України з МФО, виявити основні проблеми співпраці України з міжнародними фінансовими організаціями, розглянути ставлення України до співробітництва з міжнародними фінансовими організаціями в контексті реалізації її національних інтересів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна і Міжнародний Валютний Фонд свою співпрацю почали ще в 1994 році, коли Україна стає членом цієї фінансової організації. Основним етапом в початковій співпраці стали безкредитні стосунки та цілий ряд кредитних програм. Співпраця України з МВФ полягала на надаванні технічної допомоги, яка скеровувалась на усуненні загроз стабільності та розв'язанні проблем в макроекономічній, грошовій, податковій, валютній та бюджетній політиці. Від часу початку співпраці до сьогодні співпраця з МВФ для України підлягала багатьом дискусіям і науковим дослідженням. Ініціатором розвитку відносин повинна виступати українська сторона, адже перед Урядом України постає потреба обґрунтування потреб у зовнішніх запозиченнях, першочергові сфери та відповідні умови для ефективного їх використання, – зазначив науковець Василь О.Д. Всі проекти співробітництва з МВФ від 1994 року досягали своєї трансформації. Змінювався світ, змінювалась політика МВФ, а разом з ними і змінювалась політика і устрій України.

Слід зауважити, що стратегія співпраці України з МВФ є найбільш актуальною і науково-технічною проблемою, яка постає перед сучасною українською економічною наукою та потребує негайного вирішення. Основною проблемою фінансової стабілізації та економічного зростання є дефіцит фінансових ресурсів. Саме фінансова допомога МВФ є реальним інструментом для зменшення фінансових проблем та збільшення фінансової кон'юнктури, однак сталось навпаки – всі запозичення України стали трансформуватись в її зовнішній борг [1].

Після політичного перевороту (2013–2014 рр.), коли країна стояла на межі, уряд країни потребував фінансової допомоги. Після обрання президента України в червні 2014 року, уряд ново-спеченого президента, як і сам президент мав на меті вступ України до ЄС, розвиток економіки і потенціалу країни, а також зміцнення і розвиток відносин з міжнародними фінансовими організаціями. На конференції «Україна та МВФ. Досвід та перспективи співпраці» в 2014 році відбулась низка дискусій щодо співробітництва з МВФ. На думку колишнього голови Національного Банку

України Володимира Стельмаха, Україна повинна висловлювати свою думку і не погоджуватись та все, що пропонує МВФ. Так, хто надає фінансування, той диктує свої умови. Однак, Україна повинна стояти до останнього і не поступатись у будь-якому питанні. Україні, також, потрібно зрозуміти, чи потрібні пропозиції, які надає МВФ. Якщо ні, пояснити це представникам МВФ, зазначивши, що обґрунтовані аргументи вони сприймають номінально. В. Стельмах зазначив, що програми підтримки розробляє центральний банк та уряд України, а МВФ тільки дає поради щодо того, що потрібно включити в них [2].

Отже, на даний момент основною проблемою для України є доведення важливості даної позики – на які цілі спрямувати і чи варто її брати. Головне завдання для Уряду полягає у виборі пріоритетних сфер та галузей фінансування. За останні роки такою сферою була сфера послуг, легка промисловість, адже ті сфери не потребують великої кількості коштів. Завдяки розширенню інфраструктури (реконструкція і будівництво доріг, більша інформатизованість про Україну), Україна мала б великий шанс на розвиток туризму країни, що призвело до збагачення бюджету України [3].

Слід наголосити, що саме розвиток призведе до виробленої в державі доданої вартості і сприятиме зростанню і збагаченню країни. Без модернізованої сучасної промисловості народ приречений на бідність і масове безробіття. Сучасна промисловість повинна базуватись на відповідній протекціоністській політиці. Класик економічних процесів наголошував, що протекціонізм сприяє розвитку галузей, які захищені митом. До таких країн можна віднести Китай, Південну Корею і Японію, які спочатку створили якісну промисловість і лише потім скасували мито лібералізували обмежувальні заходи нетарифного характеру.

На даний час співробітництво України з МВФ не здатне зробити економіку успішною, але і створює для неї великі загрози. Фінансування МВФ в змозі тільки дати певний час на проведення рішучих системних реформ. Якщо цей час не буде використаний з користю, то це будуть марно затрачені кошти для бюджету. Співпраця України з МВФ – це не стільки складні зовнішні умови, як неспроможність уряду створити «український план» для боротьби зі старими корупційними схемами та неготовність проводити власні радикальні реформи [3].

Основні вимоги, які ставить МВФ до України протягом 2016–2017 рр., це реформи в сфері пенсійної реформи, закон про обіг сільськогосподарських земель, збільшити список державних підприємств, які підлягають приватизації. Ці закони роками блокувались через побоювання втратити популярність в очах виборців.

Ще однією пріоритетною сферою для України є співпраця зі Світовим банком. Практика співробітництва між Україною та Світовим банком є достатньо багатогранною і включає різні напрямки фінансової допомоги для реалізації спільних проектів для підтримки економіки України. Протягом перших років співпраці України і Світового банку, основною формою співпраці була

технічна підтримка. В перші роки співпраці співробітники МВФ вели політику спостереження за станом економіки в країні, проводили роботу спільно з українськими політиками над проектом інституційного кредиту. Після схвалення Радою директорів цього проекту в 1993 році Україна отримала перший кредит від МБРР розміром 27 млн. дол. США. Наступним кредитом, який отримала Україна в розмірі 500 млн. дол. США був кредит в рамках програми «реанімаційного кредитування».

Співробітництво України зі Світовим банком та сьогодишньому етапі досягнуло зовсім іншого рівня. Окрім звичних для співпраці критеріїв, співробітництво сягнуло і інших сфер діяльності України. Потрібно зауважити, що більшість інвестиційних програм відбувались за рахунок фінансування МБРР, який відіграє одну з головних ролей у функціонуванні Світового банку та співпраці з Україною (таб. 3). Велика частка фінансової допомоги була призначена на поліпшення стану автомобільних доріг та безпеки руху (43,1 %), проект передачі електроенергії – 21,7 %, Проект розвитку міської інфраструктури – 13,6 %, Проект реабілітації гідроелектростанцій – 7,8%.

Сьогодні Світовий банк співпрацює з Україною в реалізації програм, завдання яких – покращити життя звичайних громадян, модернізуючи інфраструктуру, запроваджуючи систему допомоги бідним та підтримуючи систему ефективного управління державними ресурсами. Завдяки Світовому банку і його програмі в боротьбі з бідністю, створено 750 територіальних центрів, які надають соціальні послуги громадянам пенсійного віку та інвалідам. В наслідок надання підтримки місцевим громадам було відремонтовано 373 школи та дитячі садочки, 59 культурних центрів та 47 пунктів медичної допомоги та інші.

Серед багатьох економічних експертів існують негативні точки зору по відношенню до співробітництва України і Світового Банку. К. Рибальченко наголошував, що впродовж всього часу співпраця України і Світового банку була малоефективна. Політика співробітництва, яку використовував Світовий банк по відношенню до України, не принесла певного позитивного результату, а більшість проектів не були успішними. Подальша співпраця зі Світовим банком має полягати на домінуючому значенні української сторони. Це має проявлятися в більшій активності щодо ініціювання проектів, а не чекати пропозицій від Світового банку.

Не тільки серед українських науковців існують негативні думки щодо співпраці зі Світовим банком, серед світової спільної також існує думка щодо самої діяльності Банку і її доцільності. Як показує статистика, що відсоток країн, в яких покращився економічний показник за рахунок Світового банку, є достатньо незначним. Це показує низьку ефективність банку, однак не можна ствердити, що Світовий банк є малоефективним. Якщо макроекономічні показники не досягли певного рівня, проте роль Світового банку в боротьбі з бідністю, голодом та іншими глобальними проблемами є досить значним.

Отже, якщо не брати до уваги критику, роль Світового банку і співпраця з головним із зовнішніх позичальників має вагоме значення для соціально-економічного розвитку країни в майбутньому.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Співробітництво України з МВФ має як позитивні, так і негативні сторони. Разом з позитивними зрушеннями, завдяки фінансуванню зі сторони МВФ, існують і інші небезпеки, які при неправильній політиці нашого уряду можуть справдитись. В сьогодишніх реаліях уряд України повинен вжити всіх необхідних заходів до успішної реалізації програми Міжнародного валютного фонду, які спрямовані на цільове спрямування коштів та контролю за правильною їх використання.

Україні в будь-якому випадку вартує дотримуватись вимог МВФ, адже програма складається з деяких положень щодо соціальних гарантій та компенсацій. Крім того, економічні умови сприяють стриманості фіскальної політики, на якій наполягає МВФ, щоб полегшити жорсткі умови співпраці. Програма МВФ спонукає уряд країни до правильного напрямку на шляху до реформ. Успіх співпраці залежить від довготривалого зобов'язання українського уряду проводити реформи і його здатності перекопати громадськість та інвесторів у своїй рішучості.

Участь у програмі МВФ часто асоціюється з негативним баченням майбутнього. Народу потрібно зрозуміти, що МВФ виділяє не безповоротну допомогу, а кредити. МВФ виділяє три види кредитів – на погашення боргу, поповнення резервів центрального банку і фінансування дефіциту бюджету. Також потрібно усвідомити, що головною метою МВФ – недопущення поширення кризи з однієї країни на інші за допомогою покриття тимчасових дефіцитів рахунків платіжного балансу [4]. Фінансування зі сторони МВФ також не можна розцінювати так як фінансування зі сторони ЄС. Нам потрібно зрозуміти, що без стабілізації економіки і створення привабливого інвестиційного клімату до України інвестиції не надійдуть.

Протягом останніх років співпраця України з МВФ базується на програмі розширеного фінансування терміном на 4 роки і об'ємом фінансування 17,5 млрд дол. За останні роки, завдяки співпраці з МВФ, Україна отримала допомогу в розмірі 8,7 млрд дол.: в квітні 2015 року – 5 млрд дол., в серпні 2015 – 1,7 млрд дол., у вересні 2016 року – 1 млрд дол., в квітні 2017 року – 1 млрд дол. США. Україна до кінця 2017 року повинна була отримати наступний транш в розмірі 1,9 млрд дол. Однак, через невиконання вимог МВФ щодо реформування країни, транш переноситься на початок 2018 року. До основних вимог МВФ можна віднести: приватизацію державних підприємств, земельну реформу, створення антикорупційного суду та підвищення ціни на газ [10].

Загалом, треба чітко усвідомлювати, що МВФ приходить до країни, яка опинилася в кризі, а не є причиною кризи. Фонд діє як швидка допомога, яка не потрібна здоровій людині, але необхідна

хворому. І так само, як лікар хворому, МВФ прописує країні гіркі, але необхідні ліки.

Якщо відмітити взаємовідносини України зі Світовим банком, то співпраця України і Світового банку була і буде плідною, не зважаючи на всі негативні думки. Від часів початку співробітництва до сьогодні, Світовий банк профінансував близько 40 проектів соціально-економічного спрямування. Економічні показники за цей час не набули позначки високо розвинутих країн, проте потрібно бути реалістами і погодитись з тим, що за часи співпраці покращився економічний розвиток країни. Головним досягненням можна назвати соціальну сферу, сферу освіти та розвиток інфраструктури в Україні.

Тому, слід відзначити, що головним завданням Світового банку є покращення рівня життя і сприяння від наслідків глобалізації в інтересах усіх сфер населення. Саме для цього Світовий

банк і надає кредити країнам. Щоб вдосконалити співпраці з підрозділами Світового банку, уряд України повинен сформувати власну позицію щодо використання і доцільності отримання кредитів. Щоб в подальшому продовжувати плідну співпрацю із Світовим банком, українська сторона має забезпечити позитивний результат від проведення економічних реформ завдяки посиленню ролі України у встановленні валютно-фінансових відносин; використовувати весь спектр інструментів та послуг, які використовуються у практиці Світового банку і допоможуть вирішити актуальні завдання економічної політики України; зростання кількості прямих іноземних інвестицій. Завдяки цим вказаним системним орієнтирам, Україна зможе досягнути економічної стабілізації та створити умови для зростання національної економіки та покращення рівня життя населення.

Література:

1. Вонсович В.О. Вплив міжнародного кредитування на стан та перспективи розвитку економіки України: матеріал II Всеукр. наук.-практ. Заочної конф. «Наука України. Перспективи та потенціал»/В.О. Вонсович, В.Ю. Данилишин. – Д.: ВГО «Нова освіта», 2011. – с. 31
2. Національний інститут стратегічних досліджень, Круглий стіл «Україна та МВФ: досвід та перспективи співпраці», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1549/>. – Назва з екрана. – Дата публікації: 22.05.2014. – Дата перегляду: 20.12.2017.
3. Співробітництво України з Міжнародним валютним фондом: реалії та перспективи розвитку, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=20838>. – Назва з екрана. – Дата публікації: 06.08.2012. – Дата перегляду 19.12.2017.
4. Редколегія VoxUkraine, Велика дискусія на VoxUkraine. Або дюжина но-жів у спину МВФ, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://voxukraine.org/longreads/answer-lyashko/article-ua.html>. – Назва з екрана. – Дата перегляду 18.12.2017.
5. Ляшко О., Галасюк В., інтернет-видання «Україна молода», Співпраця з МВФ блокує розвиток економіки України, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/3117/159/108457/>. – Назва з екрана. – Дата публікації: 07.02.2017. – Дата перегляду: 18.12.2017.
6. Представництво Світового банку в Україні, Світовий банк та Україна, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://siteresources.worldbank.org/UKRAINE/UKRAINIANEXTN/ResouReso/455680-1316425374845/WBUkraineUkr.pdf>. – Назва з титул. екрана. – Дата перегляду: 17.12.2017.
7. Шишкіна К.І., к.с./г наук., доц. кафедри економічної теорії УДУФМТ, Співробітництво Світового банку та України: шляхи і напрямки покращення ефективності фінансово-кредитної діяльності для економіки України, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2013/3\(68\)/uazt_2013_3_25.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2013/3(68)/uazt_2013_3_25.pdf). – Назва з екрана. – Дата публікації: 07.03.2013. – Дата перегляду: 17.12.2017.
8. Дутчак Я.О., Тернопільський національний економічний університет, Кафедра банківської справи, Міждисциплінарна курсова робота на тему: «Напрями взаємодії міжнародних фінансово-кредитних організацій з Україною: ефективність співпраці та аналіз їх діяльності», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/2806/1/%D0%94%D1%83%D1%82%D1%87%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%AF%D0%9E.pdf>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 20.12.2017.
9. Москальов А.А., Ткач К.М., Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Проблеми і перспективи взаємодії України з міжнародними фінансовими інститутами, [Електронний ресурс], Режим доступу: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v2/NV-2013-V2_48.pdf. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 18.12.2017.
10. Букатюк У., «В уряді говорять, що з МВФ вже можна попрощатись. Чи справді це так», [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://espreso.tv/article/2017/11/14/ukrayina_ta_mv_f_proschannya_chy_razor_sche_na_dovgo. – Назва з екрана. – Дата публікації 15.11.2017. – Дата перегляду: 20.12.2017.

Морыляк Зоряна Васильевна

студентка факультета международных экономических отношений
Ужгородского национального университета

СОТРУДНИЧЕСТВО УКРАИНЫ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ЕЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ

Аннотация

Отражен вопрос изучения роли сотрудничества Украины с международными финансово-кредитными организациями с учетом контекста реализации ее национальных интересов. В статье изложены основные положения, аспекты и направления деятельности международных финансовых организаций. Статья посвящена освещению проблематичных аспектов сотрудничества Украины с международными финансовыми организациями и пути их совершенствования. В статье нарушенные острые проблемы сотрудничества в течение последних лет. На основе анализа, обобщения и систематизации научных источников отражено основное значение международных финансовых организаций и компромиссы в продолжении сотрудничества с Украиной. В публикации на основе научных статей и мнений известных ученых и политиков нарушены основные проблемы в финансово-кредитных отношениях с Украиной, позитивные и негативные стороны сотрудничества и пути совершенствования сотрудничества. Сделанные в статье выводы помогут понять актуальное состояние взаимоотношений и пути улучшения сотрудничества.

Ключевые слова: международные финансовые организации, Международный Валютный Фонд, Мировой банк, сотрудничество с международными финансовыми организациями, финансово-кредитные отношения, Украина и МФО.

Moryliak Zoriana Vasilyevna

Student

Uzhhorod National University

COOPERATION OF UKRAINE WITH INTERNATIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF THE REALIZATION OF ITS NATIONAL INTERESTS

Summary

The question of studying the role of the cooperation of Ukraine with international financial and credit institutions, taking into account the context of the realization of its national interests is highlighted. The main features, aspects and activities of international financial institutions are set out in the article. Problematic aspects of the cooperation of Ukraine with international financial institutions and ways to improve them are covered by the article. The article also touches the most acute problems of cooperation over the past years. Based on the analysis, synthesis and systematization of scientific sources the primary importance of international financial institutions and trade-offs in continuing the cooperation with Ukraine are highlighted. Based on the scientific articles and opinions of recognized scientists and politicians the main problems in the field of monetary and financial cooperation with Ukraine, positive and negative sides of the cooperation and ways to improve it are raised in the article. The conclusions in the article will help to understand current relationship and ways to improve the cooperation of international financial institutions with Ukraine.

Key words: international financial institutions, The International Monetary Fund, The World Bank, cooperation with international financial institutions, monetary and financial cooperation, Ukraine and international financial institutions.

УДК 330.131.5:339.138

Олійник Євгеній Сергійович

магістр

Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Шталь Тетяна Валеріївна

доктор економічних наук, професор,

Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Розглядається проблема оцінки ефективності маркетингових досліджень за допомогою різних методів. Розкриті підходи до оцінки економічної ефективності. Визначена ефективність та результативність маркетингових досліджень з огляду на поставлені завдання.

Ключові слова: маркетингові дослідження, показники ефективності, оцінка, управлінські рішення

Постановка проблеми. Розширення виробництва та безперервна поява нових технологій обумовлює проведення низки якісних марке-

тингових досліджень. В науковій літературі, а також на практиці вживаються самі різні поняття, які стосуються змісту маркетингових до-

сліджень. Варто зауважити, що маркетингові дослідження в зарубіжній літературі нерідко зв'язують з поняттям інформаційної або розвідувальної системи.

Постановка завдання. На основі викладеного матеріалу можна сформулювати завдання, які полягають в розгляді поняття маркетингове дослідження та визначенні підходів до його оцінки з метою систематизації та покращення розуміння сучасних методів визначення ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку Г. Черчіля та Т. Брауна маркетингові дослідження це складова частина управлінського процесу і засіб забезпечення інформацією при прийнятті важливих рішень [7, с. 43].

Як складова частина управлінського процесу маркетингове дослідження має зовнішній і внутрішній ефект. Між зовнішнім і внутрішнім ефектами існує причинно-наслідковий зв'язок. Внутрішній ефект слід розглядати як вплив маркетингового дослідження на внутрішнє середовище підприємства, його виробничий потенціал, сильні і слабкі сторони тощо. Під зовнішнім ефектом маркетингових досліджень розуміється їх вплив на зовнішнє середовище. Серед них можна виділити вибір цільового ринку, обсяг продажів, задоволеність клієнтів, відомість бренду, ефективність реклами [3, с. 127].

Маркетингові дослідження проводяться при конкретних умовах, які мають відповідати викликам підприємства. Тому, ці заходи необхідно розглядати як частину постійного інформаційного процесу, в ході якого підприємство отримує маркетингову інформацію, яка необхідна для корегування маркетингових планів і стратегій, для ухвалення зв'язаних рішень. Наявність маркетингової інформаційної системи дає можливість виявити проблеми, сприятливі можливості. Така система базується на інформації, одержуваної в ході досліджень конкретних напрямків маркетингової діяльності.

Відповідно до Ф. Котлера «Система маркетингової інформації – це постійно діюча система взаємозв'язку людей, технічних і фінансових ресурсів, методичних прийомів, призначених для збору, класифікації, аналізу, оцінки і розповсюдження актуальної, своєчасної і точної інформації для її використання з метою вдосконалення планування маркетингу і контролю за проведенням маркетингових заходів [4, с. 51]».

Більшість сучасних інформаційних систем орієнтовані на підтримку працездатності підприємства, при цьому аналітична робота і створення системних інформаційних джерел практично не ведеться, що знижує ефективність стратегічного планування і розвитку підприємства. Аналітична функція інформаційних систем повинна забезпечити координацію інформації з організаційних, методологічних і ідеологічних позицій, оскільки інформація повинна визначати рівень відповідності продукції підприємства вимогам ринку, виходити з єдиного інформаційного центру і бути цілеспрямованою.

Рішення певних маркетингових завдань вимагає застосування достатніх, точних і актуальних інформаційних даних, якості і кількості яких повинні відповідати запитам споживачів

інформації. Ефективність застосування тих чи інших джерел залежить від можливості конкретного менеджера використовувати саме той обсяг даних, який необхідний для вирішення поставлених перед ним завдань в рамках наявної компетенції.

Так, вища ланка підприємства має володіти стратегічною інформацією для прийняття управлінських рішень, керівники середньої ланки – аналітичною інформацією. Управлінням нижчої ланки для прийняття рішень потрібно агрегована інформація. Інші співробітники в своїй діяльності повинні використовувати поточну інформацію про роботу підприємства.

Оскільки результатом маркетингового дослідження є отримання інформації, то й оцінка економічної ефективності має проводитись з огляду на інформацію, яку підприємство буде використовувати в подальших цілях.

Специфічність маркетингової інформації полягає в тому, що без неї не-можливо здійснення маркетингової діяльності. Тобто на будь-якому етапі маркетингового процесу необхідно мати дані про різні фактори оточення підприємства і його внутрішньому функціонуванні, щоб забезпечити ефективність дослідження ринку, планування маркетингових заходів, їх реалізації, моніторингу та контролю виконання поставлених завдань.

На жаль, сьогодні не існує єдиної позиції до оцінки економічної ефективності маркетингових досліджень. У роботах зарубіжних авторів Н.К. Малхотра і Г. Ассель позначено існування даної проблеми, однак критерії оцінки її ефективності не розглянуті [9, с. 431; 10, с. 201]. Це пов'язано з відсутністю чітких критеріїв оцінки та неможливістю використання великої кількості показників.

Одним з найпоширеніших методів є експертне опитування. Але цілий ряд недоліків, серед яких некомпетентність експертів або їх суб'єктивність, ставить під загрозу якість оцінки в цілому.

Оптимізаційний підхід до оцінки ефективності, вимагає встановлення чіткої залежності між результатами проведених досліджень та витратами, що не є можливим у сучасних мінливих умовах ринку.

Побудова «дерева рішень» для співставлення ефективності маркетингових досліджень з корисністю отриманої інформації також передбачає значну кількість припущень, зроблених за допомогою, як правило, експертних методик, і може некоректно відображати ситуацію.

Детермінований метод, має схожі недоліки, що і всі методи, оскільки теж базуються на використанні експертних оцінок.

Оцінка ефективності маркетингових досліджень, залежить, перш за все, від того, що поставлено за мету підприємством. Якщо дослідження проводяться в цілях маркетингової розвідки, яка дозволить уникнути можливих збитків, то оцінка економічної ефективності таких досліджень повинна проводитись шляхом заміру можливих втрат підприємства та оцінки ймовірності їх зниження за допомогою проведення досліджень. Маркетингові дослідження є засобом, що забезпечує керівництво організації

інформацією про зміни середовища з метою поліпшення системи управління, тому вони безпосередньо впливають на процес прийняття управлінських рішень і побічно – на отримання фінансового результату [6, с. 22].

Підрахунок вартості можливих втрат підприємства при реалізації маркетингового рішення без проведення маркетингових досліджень визначає попередню ефективність маркетингових досліджень та розраховується за формулою:

$$E_e = L_e * R, \quad (1)$$

де E_e – попередня економічна ефективність маркетингових досліджень;

L_e – можливі втрати підприємства при реалізації проекту без проведення маркетингових досліджень;

R – відсоток зниження ймовірності втрат при проведенні маркетингових досліджень.

Від попередньої оцінки ефективності маркетингових досліджень залежить і формування бюджету на проведення досліджень [5, с. 91]. Визначається за формулою:

$$C = E_e * P, \quad (2)$$

де C – бюджет на проведення маркетингових досліджень;

P – відсоток, виділений підприємством-замовником, на проведення маркетингових досліджень.

Таке формування бюджету на маркетингові дослідження можливо в разі, якщо маркетинг на підприємстві функціонує відповідно до прийнятої методології проведення маркетингових проектів, і підприємство готово виділяти певні кошти на реалізацію попередніх маркетингових досліджень.

Остаточна оцінка ефективності маркетингових досліджень можлива за формулою:

$$E_o = L_p / C, \quad (3)$$

де E_o – отримана економічна ефективність проведених маркетингових досліджень;

L_p – запобігли втрати підприємства при реалізації проекту без проведення маркетингових досліджень.

Тому, оцінка економічної ефективності маркетингових досліджень можлива лише в тому випадку, коли підприємство має на меті виявити обґрунтованість їх проведення.

У випадку, якщо дослідження проводяться в описових цілях, то виокремити економічний кількісний ефект від проведення маркетингових досліджень практично неможливо. Тому ефективність проведених досліджень може оцінюватися через призму результативності (цінності) отриманої інформації [8, с. 3].

Для кількісних досліджень цінність пов'язана з об'ємом вибірки, який впливає на бюджет дослідження. Чим точніші дані потрібно отримати, тим більшу кількість респондентів потрібно опитати і тим вищою буде ціна проведення дослідження. Завжди слід враховувати, що маркетингове дослідження не може забезпечити стовідсоткову точність. Для незначного скорочення величини помилки необхідно суттєво збільшити обсяг вибірки, а значить і витрат.

Бюджет маркетингових досліджень пов'язаний з помилкою вибірки: чим нижче бюджет і число

респондентів, тим вище помилка вибірки. При великій помилці доцільність проведення дослідження нівелюється. Ефективність в даному випадку буде розраховуватися зі співвідношення потенціальної корисності інформації до витрат на їх отримання [2, с. 205–206].

Для якісних досліджень надійність оцінюється лише як ступінь довіри до джерела. Переконатися в тому, що дані заслуговують, або не заслуговують довіри, можна, лише перевіривши компетентність, достовірність, репутацію і надійність джерела інформації. Один з варіантів – проконсультуватися з тими, хто вже використовував дані, отримані від цього джерела. Важливо також встановити, чи є джерело інформації оригінальним або його дані вже були оброблені.

Для кількісних досліджень надійність – це властивість вибірки відображати структуру досліджуваної групи. Тільки маючи достатню точність і необхідну репрезентативність даних, можна гарантувати адекватність інформації.

Після проведення дослідження отримана інформація має значення тільки обмежений період часу, після закінчення якої вона стає застарілою. Дослідник повинен пам'ятати про те, що вторинна інформація може застаріти, тому що при її зборі зазвичай виникає значний часовий розрив між її отриманням і опублікуванням, внаслідок чого дані втрачають свою актуальність. Для маркетингового дослідження необхідні тільки свіжі, актуальні дані, тому якщо вторинні дані застаріли, то їх цінність значно знижується.

У зв'язку з тим, що маркетингові дослідження проводяться для вирішення певної задачі і в рамках спочатку поставленої мети, відповідність останньої є обов'язковою умовою використання отриманої інформації. Відповідність зібраної інформації допоможе визначити коло завдань, для вирішення яких доцільно використовувати ці дані. У тому випадку якщо зібрана інформація не відповідає встановленій меті, дослідження не може вважатися результативним [1, с. 77].

До того ж, дані, отримані в ході проведення маркетингових досліджень, і зроблені на їх основі висновки, не повинні логічно суперечити один одному.

Всі вищенаведені фактори формують цінність дослідження. Під рівнем цінності слід розуміти якість виконання. Для того щоб оцінити рівень якості дослідження, слід вибрати систему показників табл. 1, яка повинна характеризувати відповідність результатів дослідження їх призначенням і цілям проведення.

Визначені значення результативності для кожного з показників відповідають певному етапу проведення маркетингового дослідження. Використовуючи дані критерії, можна визначити, як кожен з показників впливає на результативність маркетингових досліджень в цілому. Але варто взяти до уваги, що оцінка значень відбувається на основі експертного методу. Якщо ступінь значущості є найвищим, то цінність показника збільшується, також і навпаки.

Така система показників дозволить характеризувати результативність маркетингових досліджень як частину управлінського процесу. Управлінські рішення, прийняті на основі якісної

Система показників, що використовуються при оцінці рівня якості маркетингових досліджень компанії [8, с. 3]

Показник	Значення
Досягнення цілей дослідження	Досягнуто всі заплановані цілі. Досягнуто основні заплановані цілі. Досягнуто не всі заплановані цілі
Термін виконання дослідження	Виконано достроково. Виконано у встановлені терміни
Цінність результатів	Дуже висока. Висока. Значна. Не висока. Низька. Дуже низька. Практично відсутня (критичний показник)
Рівень новизни результатів	Високий (результати нові). Середній (окремі результати не нові). Невисокий (значна частина результатів не нова). Низький (нові результати відсутні, критичний показник)
Актуальність та значущість досліджень	Дуже висока. Висока. Значна. Не висока. Низька. Дуже низька. Практично відсутня (критичний показник)
Можливий масштаб впровадження результатів	Міждержавний. Державний (міжгалузовий). Галузовий. Кілька Підприємств. одне підприємство
Технічний рівень дослідження	Відповідність використовуваних технічних засобів сучасних досягнень техніки
Науково-методологічний рівень дослідження	Відповідність використання методів, принципів і сучасних досягнень науки
Методичний рівень дослідження	Відповідність використання методик сучасних досягнень науки
Передумови реалізації результатів	Дуже висока. Висока. Значна. Не висока. Низька. Дуже низька. практично відсутня
Наявність публікацій	Кількість публікацій (монографії, статей та ін.)
Якість оформлення результатів	Відповідність вимогам стандартів
Об'єми реалізації результатів	Повністю впроваджені. Частково впроваджені. Не запроваджені
Ефективність реалізації результатів	Дуже висока. Висока. Не висока. Чи не ефективна

інформації, отриманої від маркетингових досліджень, підвищують ступінь визначеності прийнятого рішення і, відповідно, нівелюють ризик отримання збитків.

Використовуючи метод інтервального шкалювання, можна за допомогою експертних оцінок визначити бал і вагу кожного з критеріїв. Результативність проведеного маркетингового дослідження буде розрахована за наступною формулою:

$$R_p = \sum k_i * w_i, \quad (4)$$

де R_p – результативність процесу маркетингових досліджень;

k – експертна оцінка кожного з чотирьох критеріїв з інтервальною шкалою від 1 до 3, що відображає якість виконання кожного з критеріїв (1 – найменше значення, 2 – середнє, 3 найбільше);

w – вага критерію.

Виставлені експертним опитуванням критерії підсумовуються і в залежності від показника визначається результативність проведеного маркетингового дослідження. Критерій може приймати значення від 1 до 15, що відповідає наступним показниками:

– від 1 до 5 – маркетингове дослідження проведено з низькою результативністю;

– від 6 до 10 – маркетингове дослідження проведено із середнім рівнем результативності;

– від 11 до 15 – маркетингове дослідження проведено з високим рівнем результативності.

Оскільки прямого зв'язку між маркетинговими дослідженнями і фінансовими результатами компанії не існує, тому фінансовий результат від проведених маркетингових досліджень може проявитися тільки через прийняте на їх основі управлінське рішення.

Висновки з проведеного дослідження. Маркетингова діяльність, як одна з головних функцій управління підприємством, повинна забезпечувати стійке, сприятливе становище того чи іншого суб'єкта маркетингової системи на ринку товарів і послуг з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовища.

Наразі, використання систем інформаційно-аналітичного забезпечення маркетингової діяльності підприємства стає необхідною умовою підвищення гнучкості та ефективності системи управління. Результати маркетингових досліджень надають вплив на управлінські рішення, так як економічна ефективність відображає наскільки вигідно проведення досліджень, то результативність показує, чи були досягнуті входні проведення маркетингових досліджень, поставлені цілі.

Література:

1. Аакер Д. Маркетинговые исследования / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дей ; пер. с англ. А. Шалек, С. Божук. – СПб: Питер, 2004. – 848 с. – ISBN 5-314-00044- X.
2. Благун І. С. Системи розвитку економіко – виробничих структур / І. С. Бла-гун. – Івано – Франківськ, 1997. – 146 с. – ISBN 5-7763-1680-4.
3. Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент / К. Л. Келлер, Ф. Котлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 816 с.
4. Котлер Ф. М. Основи маркетингу. М.: – Прогрес, 2006. – 211 с.

5. Мак-Куэрри Э.Ф. Методы маркетингового исследования. – СПб.: Питер, 2005. – 176 с.
6. Хан Р.С. Информация в маркетинговых исследованиях: учебное пособие. – Ростов н/Д: Рост. гос. строит. ун-т, 2012–107 с.
7. Черчилль Г., Браун М. Маркетинговые исследования. – 5-е изд. – М.: Питер, 2007.
8. Щинова Р.А. Оценка экономической эффективности маркетинговых исследований [Электронный ресурс]// Проблемы современной экономики, N1 (37), 2011 – Режим доступа: <http://www.mеconomy.ru/issue.php250>
9. Malhotra N.K., Birks D.F. Marketing Research: An Applied Approach Trans-Atlantic Publications, Inc., 2008–835 с.
10. Hair Joseph H., Bush Robert P., Ortinau David J. Marketing Research within a changing information environment. Second Edition McGraw-Hill, USA, 2002–724 с.

Олейник Евгений Сергеевич

магистр

Харьковского национального экономического университета
имени Семена Кузнеця

Шталь Татьяна Валерьевна

доктор экономических наук, профессор,

Харьковский национальный экономический университет
имени Семена Кузнеця

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация

Рассматривается проблема оценки эффективности маркетинговых исследований при помощи различных методов. Раскрыты подходы к оценке экономической эффективности. Определены эффективность и результативность маркетинговых исследований с учетом поставленных задач.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, показатели эффективности, оценка, управленческие решения.

Oleinik Evgenii Sergeevich

master's degree

Kharkiv National University of Economics named after S. Kuznets

Shtal Tatiana Valerevna

Doctor of Economics, Professor

of the Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets

ASSESSMENT OF THE ECONOMIC EFFICIENCY OF MARKETING RESEARCH

Summary

The problem of assessment of the effectiveness of marketing research using various methods is considered. Approaches to the evaluation of economic efficiency are disclosed. The effectiveness and effectiveness of marketing research are determined taking into account the tasks set.

Key words: marketing research, performance indicators, management decisions.

УДК 330.131.7

Перерва Тарас Владиславович

аспірант кафедри фінансів

та інноваційного менеджменту

Вінницького національного технічного університету

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядається про комерційний ризик як можливість виникнення негативних фінансових наслідків. Відомо, що підприємству, що опинилося в критичному становищі, необхідний ефективний механізм управління, головним елементом якого є передбачення та управління ризиками. Обґрунтовується висновок про те, що основними механізмами управління комерційними ризиками є їх уникнення, лімітування, диверсифікація, самострахування.

Ключові слова: ризик, комерційний ризик, механізм управління, лімітування, диверсифікація ризику.

Постановка проблеми. Ризик, будучи невіддільною частиною економічного, політичного та соціального життя суспільства неминує супроводжує всі сфери діяльності та напруги будь-

якої організації, яка функціонує в умовах ринку. Ризик пов'язаний з управлінням і безпосередньо залежить від ефективності, обґрунтованості та своєчасності управлінських рішень. Діяльність під-

приємства зазвичай схильна до впливу комплексу різних видів ризиків, консолідований вплив яких може призвести до негативних наслідків і навіть до банкрутства підприємства. Тому необхідним є точне прогнозування ступеня ризику, поєднаного з діяльністю підприємства в цілому і окремими його сферами. Для підприємства, що не застосовує механізми управління ризиками та опинилося у критичному становищі, необхідний ефективний механізм управління ключовим елементом якого є передбачення і управління ризиками.

Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про те, що проблема управління фінансовими ризиками є об'єктом вивчення як для правових, так і економічних наук. З огляду на актуальність проблематики зростає увага до неї з боку вітчизняних і зарубіжних дослідників. Так, питання передбачення та нейтралізації ризиків підприємства порушувалося у роботах О. Бабак [1], Ю. Бондарчука [3], І. Бланка [4], В. Москвина [6], А. Некрасової [7] та інших. Незважаючи на підвищений інтерес до проблеми з боку як науковців, так і практиків, зазначена тема залишається не повністю розкритою. Зокрема, недостатньо уваги приділяється вивченню основних механізмів управління фінансовими ризиками підприємства у комплексі.

Постановка завдання. Завданням дослідження є здійснення аналізу способів забезпечення сталого економічного і фінансового розвитку підприємства та у визначенні системи механізмів управління його фінансовими ризиками і попередженні небажаних подій, які можуть призвести до негативних наслідків.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах ринку більшість рішень підприємницької діяльності приймаються в умовах невизначеності, коли необхідно обрати один напрям дій із декількох можливих варіантів, здійснення яких важко передбачити. Ринкове середовище вносить у діяльність кожного підприємця елементи невизначеності та поширює «асортимент» ризикових ситуацій, які виникають за наявності конкретних умов і обставин. Ризикові ситуації формують умови для існування і реалізації комерційного ризику, з яким у процесі своєї діяльності зіштовхуються практично кожен керівник підприємства. Щоб вижити за таких складних умов керівникам підприємств необхідно приймати нестандартні та сміливі рішення.

Комерційний ризик є невід'ємним і обов'язковим елементом підприємницької діяльності. Він виконує важливу функцію чинника розвитку соціально-економічного прогресу та є дієвим елементом отримання максимального прибутку за умов прийняття правильного управлінського рішення.

Тенденцією останніх років є збільшення інтересу широкого кола спеціалістів, особливо підприємців та менеджерів різного рівня, до питань управління підприємницькими ризиками взагалі та комерційними зокрема. Адже кожен підприємець прагне пізнати глибину поняття «ризик» та основні кроки алгоритму рішення ризикових ситуацій.

Треба визнати, що ігнорування ризику в процесі здійснення підприємницької діяльності зна-

чно знижує конкурентоспроможність фірм в умовах непередбачуваного та в деякій мірі агресивного зовнішнього середовища, яке постійно породжує ризикові ситуації. Правильне та вчасно прийняте рішення стосовно комерційних ризиків забезпечує отримання найвищого прибутку підприємства, що набуває в сучасних умовах особливого значення та актуальності.

Проблеми оцінки рівня та управління ризиками є об'єктом наукових праць таких вітчизняних та зарубіжних науковців, як А. Альгіна, І. Балабанова, В. Вітлінський, В. Глущенко, Дж. М. Кейнс, Г. Клейнер, А. Маршалл, Дж. Міль, О. Устенко, Є. Уткіна, М. Фрідмен, В. Черкасова, Г. Чернова, Й. Шумпетер, О. Ястремський та ін. У них аналізуються проблеми розвитку підприємництва та обґрунтовується необхідність формування сприятливого середовища, оцінка потенційних комерційних ризиків для здійснення підприємницької діяльності. Практичні аспекти теорії ризику розглянуто в роботах В. Альнічев, М. Білуха, А. Дубова, М. Демчишина, А. Мазаракі, Г. Клейнера, О. Ширинської, О. Ястремський та інших. Проте однозначного визначення змісту комерційного ризику немає, це породжує різноманітні рекомендації щодо управління комерційними ризиками, їх запобігання та умов виникнення.

У різних літературних джерелах ризик зазначено, що термін «ризик» походить від латинського «risicare» і означає «зважитися»; від грецьких слів «ridsicon», «ridsa» – «стрімчак», «скеля»; від італійського «risico» – «підводний риф»; від французького «risque» – «небезпечний, сумнівний». Не дивлячись на існуючий плюралізм етимологічних поглядів, слово «ризик» в українській мові було запозичене із французької та означає «можливість небезпеки і невдачі».

І. О. Бланк визначає комерційний ризик як ймовірність виникнення негативних фінансових наслідків у формі втрати доходу чи капіталу в ситуації невизначеності умов здійснення його фінансової діяльності [4, с. 71]. Модель управління ризиками передбачає формування адекватної системи виявлення, ідентифікації, оцінювання та нейтралізації відповідних ризиків у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Найбільш простим методом у системі внутрішніх механізмів нейтралізації комерційних ризиків є їх уникнення. Механізм лімітування ризиків використовується за такими їх видами, які виходять за межі допустимого рівня. Принцип дії механізму диверсифікації заснований на поділі ризиків. Механізм самострахування фінансових ризиків заснований на резервуванні підприємством частини фінансових ресурсів.

У системі методів управління комерційними ризиками підприємства основна роль належить внутрішнім механізмам їх нейтралізації. Внутрішні механізми нейтралізації комерційних ризиків являють собою систему методів мінімізації їх негативних наслідків, що обираються і здійснюються у межах самого підприємства. Перевагою використання внутрішніх механізмів нейтралізації комерційних ризиків є високий ступінь альтернативності прийнятих управлінських рішень, що не залежать, як правило, від

інших суб'єктів господарювання. Вони виходять з конкретних умов здійснення комерційної діяльності підприємства і його фінансових можливостей, дозволяють найбільшою мірою врахувати вплив внутрішніх факторів на рівень фінансових ризиків у процесі нейтралізації їх негативних наслідків.

Система внутрішніх механізмів нейтралізації комерційних ризиків передбачає використання наступних основних методів: уникнення ризику; лімітування концентрації ризику; хеджування; диверсифікація; трансферт ризику; самострахування; інші методи [2, с. 314].

1. Найбільш простим методом у системі внутрішніх механізмів нейтралізації комерційних ризиків є їх уникнення. Воно полягає в розробці таких заходів внутрішнього характеру, які повністю виключають конкретний вид комерційного ризику. До числа основних із таких заходів відносяться: відмова від здійснення фінансових операцій, рівень ризику за якими надмірно високий; відмова від продовження господарських відносин з партнерами, які систематично порушують контрактні зобов'язання; відмова від використання у великих об'ємах позикового капіталу.

Заперечення перерахованих ризиків позбавляє підприємство додаткових джерел формування прибутку, а відповідно негативно впливає на темпи його економічного розвитку і ефективність використання власного капіталу. Тому у системі внутрішніх механізмів нейтралізації ризиків їх уникнення повинно здійснюватися дуже виважено [1, с. 72].

2. Важливим напрямком нейтралізації комерційних ризиків є лімітування їх концентрації. Механізм лімітування концентрації комерційних ризиків використовується зазвичай за тими видами, які виходять за межі допустимого їх рівня, тобто з фінансових операцій, здійснюваних у зоні критичного чи катастрофічного ризику. Таке лімітування реалізується шляхом встановлення на підприємстві відповідних внутрішніх фінансових нормативів у процесі розробки політики здійснення різних аспектів фінансової діяльності.

Система фінансових нормативів, що забезпечують лімітування концентрації ризиків, може включати: граничний розмір позикових коштів, що використовуються у господарській діяльності; мінімальний розмір активів у високоліквідній формі; максимальний розмір товарного (комерційного) або споживчого кредиту, наданого одному покупцеві; максимальний розмір депозитного вкладу, що розміщується в одному банку; максимальний розмір вкладення коштів у цінні папери одного емітента; максимальний період відволікання коштів у дебіторську заборгованість. За рахунок цього фінансового нормативу забезпечується лімітування ризику неплатоспроможності, інфляційного ризику, а також кредитного ризику.

Лімітування концентрації комерційних ризиків є одним з найбільш поширених внутрішніх механізмів ризик-менеджменту, що реалізують фінансову ідеологію підприємства у частині прийняття цих ризиків і не вимагають високих затрат [7, с. 113].

3. Механізм диверсифікації використовується перш за все для нейтралізації негативних комерційних наслідків несистематичних (специфічних) видів ризиків. Принцип дії механізму диверсифікації заснований на поділі ризиків. Як основні форми диверсифікації комерційних ризиків підприємства можуть бути використані наступні її напрямки: диверсифікація видів фінансової діяльності; диверсифікація валютного портфеля («валютного кошика») підприємства; диверсифікація депозитного портфеля; диверсифікація кредитного портфеля; диверсифікація портфеля цінних паперів; диверсифікація програми реального інвестування.

Характеризуючи механізм диверсифікації в цілому, слід зазначити, що він вибірково впливає на зниження негативних наслідків окремих фінансових ризиків. Забезпечуючи безсумнівний ефект в нейтралізації комплексних, портфельних комерційних ризиків несистематичної (специфічної) групи, він не дає ефекту в нейтралізації переважної частини систематичних ризиків – інфляційного, податкового та інших. Тому використання цього механізму на підприємстві носить обмежений характер [5, с. 138].

4. Механізм трансферту комерційних ризиків заснований на частковій їх передачі партнерам за окремими фінансовими операціями. При цьому господарським партнерам передається та частина комерційних ризиків підприємства, за якою вони мають більше можливостей нейтралізації їх негативних наслідків і розташовують більш ефективними способами внутрішнього страхового захисту.

У сучасній практиці ризик-менеджменту отримали широке поширення наступні основні напрями розподілу ризиків (їх трансферту партнерам): розподіл ризику між учасниками інвестиційного проекту, розподіл ризику між підприємством і постачальниками сировини і матеріалів, розподіл ризику між учасниками лізингової операції, розподіл ризику між учасниками факторингової (форфейтингової) операції.

Ступінь розподілу ризиків, а отже і рівень нейтралізації їх негативних фінансових наслідків для підприємства є предметом контрактних переговорів з партнерами, що відображаються погодженими з ними умовами відповідних контрактів.

5. Механізм самострахування комерційних ризиків заснований на резервуванні підприємством частини фінансових ресурсів, що дозволяє долати негативні фінансові наслідки за тими фінансовими операціями, за якими ці ризики не пов'язані з діями контрагентів. Основними формами цього напрямку нейтралізації комерційних ризиків є: формування резервного (страхового) фонду підприємства, формування резервних сум фінансових ресурсів в системі бюджетів, що належать різним центрам відповідальності, формування системи страхових запасів матеріальних і фінансових ресурсів за окремими елементами оборотних активів підприємства та нерозподілений залишок прибутку, отриманого в звітному періоді.

Використовуючи цей механізм нейтралізації комерційних ризиків, необхідно мати на

увазі, що страхові резерви у всіх їх формах, хоча й дозволяють швидко відшкодувати понесені підприємством фінансові втрати, проте «заморожують» використання досить відчутної суми фінансових ресурсів. У результаті цього знижується ефективність використання власного капіталу підприємства, посилюється його залежність від зовнішніх джерел фінансування. Це визначає необхідність оптимізації сум резервованих фінансових ресурсів з позицій майбутнього їх використання для нейтралізації лише окремих видів фінансових ризиків. До таких ризиків можуть бути віднесені: незастраховані види фінансових ризиків, фінансові ризики допустимого і критичного рівня з невисокою ймовірністю виникнення; більшість фінансових ризиків допустимого рівня, за якими розрахункова вартість передбачуваного збитку – невисока [3, с. 152].

6. Серед інших методів внутрішньої нейтралізації комерційних ризиків, що використовуються підприємством, можуть бути: забезпечення виступаючого контрагента по фінансовій операції додаткового рівня премії за ризик; отримання від контрагентів певних гарантій; скорочення переліку форс-мажорних обставин в контрактах з контрагентами та забезпечення компенсації можливих фінансових втрат за ризиками за рахунок системи штрафних санкцій [6].

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновок, що для ефективного управління комерційними ризиками та ризиками взагалі необхідно спиратися на наукові розробки, вміло комбінувати відомі методи і застосовувати їх у щоденній роботі. Головне, щоб система управління комерційними ризиками підприємства була простою, прозорою, практичною і відповідала стратегічним цілям підприємства.

Література:

1. Бабак О. Фінансові ризики та основні методи їх нейтралізації / О. А. Бабак // Вісник УАБС. – 2010. – № 6 (23). – С. 71–78.
2. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) / О. І. Барановський. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 759 с.
3. Бондарчук Ю. В. Безпека бізнесу: організаційно-правові основи: Наук.-прак. посібник / Ю. В. Бондарчук, А. І. Марущак. – К.: Скіф, КНТ, 2010. – 372 с.
4. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2015. – 600 с.
5. Ігнатенко А. В. Механізми нейтралізації фінансових ризиків українських підприємств в умовах глобалізації / А. В. Ігнатенко, В. Г. Кабанов, О. І. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 5 (95). – С. 136–144.
6. Москвин В. А. Механизмы нейтрализации финансовых рисков / В. А. Москвин // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.elitarium.ru/2008/02/05/nejtralizacija_finansovykh_riskov.html
7. Некрасова А. В. Управление финансовыми рисками в Украине в современных условиях / А. В. Некрасова, В. М. Пастухов // Економічний простір. – 2015. – Вип. 16 (125). – С. 112–121.

Перерва Тарас Владиславович

аспірант кафедри фінансов
и инновационного менеджмента
Винницкого национального технического университета

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОМЕРЧЕСКИМИ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье рассматривается про коммерческий риск как возможность возникновения негативных финансовых последствий. Известно, что предприятию, которое оказалось в критическом положении, необходим эффективный механизм управления, главным элементом которого является предсказания и управления рисками. Обосновывается вывод о том, что основными механизмами управления коммерческими рисками является их избегания, лимитирование, диверсификация, самострахование.

Ключевые слова: риск, коммерческий риск, механизм управления, лимитирование, диверсификация риска.

Pererva Taras Vladislavovich

Postgraduate Student Finance
and innovation management
Vinnytsia National Technical University

THE MECHANISM OF MANAGEMENT OF COMMERCIAL RISKS OF THE ENTERPRISE

Summary

The article considers the commercial risk as a possibility of negative financial consequences. It is known that an enterprise that is in critical condition requires an efficient management mechanism, the main element of which is prediction and risk management. The conclusion is based on the fact that the main mechanisms for managing commercial risks are their avoidance, limitation, diversification, self-insurance.

Key words: risk, commercial risk, management mechanism, limitation, risk diversification.

Хитра Олена Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницького національного університету

Поліщук Людмила Михайлівна

студентка
Хмельницького національного університету

ОСОБЛИВОСТІ ТРУДОВОЇ ПОВЕДІНКИ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ КОНФЛІКТУ

У статті з'ясовано неоднозначність впливу конфлікту на трудову поведінку працівників та систему соціально-трудових відносин в організації. Обґрунтовано виникнення конструктивних та деструктивних змін у трудовій поведінці внаслідок конфлікту. Охарактеризована роль керівника у врегулюванні конфліктної ситуації. Розкрито зміст функцій управління конфліктами у загальній системі менеджменту підприємства. Доведена необхідність формування у сучасних працівників конфліктологічної компетентності та конфліктологічної культури.

Ключові слова: конфлікт, конфліктологічна грамотність, конфліктологічна компетентність, конфліктологічна культура, трудова поведінка, управління конфліктами.

Постановка проблеми. У процесі формування й розвитку системи управління персоналом на кожному підприємстві слід брати до уваги таку особливість людського чинника, як схильність до конфліктів, в яких відбувається зіткнення різних думок, потреб та інтересів. Ставлення до ролі конфліктів у розвитку організації в цілому та соціально-трудових відносин зокрема не є однозначним, оскільки конфлікти мають як конструктивні, так і деструктивні наслідки. З огляду на це, актуальною є проблема нейтралізації негативного впливу конфліктів на трудову діяльність та, передусім, моделювання трудової поведінки керівників та їх підлеглих у конфліктній ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності, генезису та пошуку шляхів врегулювання конфліктів присвячені праці багатьох зарубіжних вчених. Відомими є такі теорії конфліктів, як теорія структурного балансу Ф. Хайндера, структурно-функціональний підхід Т. Парсонса, теорія соціального конфлікту Л. Козера, конфліктологія У.Ф. Лінкольна, теорія стратегії поведінки у конфліктній ситуації К. Томаса тощо.

До питань конфліктології все частіше звертаються у своїх дослідженнях вітчизняні вчені. Зокрема, огляд основних причин виникнення організаційних та міжособистісних конфліктів, в тому числі у сфері ділового спілкування, виконали О.А. Біловодська і Т.В. Кириченко [1], Н.П. Краснова [2], А.Г. Куковський, В.А. Познаховський та В.П. Кизима [3], Т.Л. Мостенська [4], Н.К. Назаров [5].

Різноманітні підходи до класифікації конфліктів розробили такі вчені, як О.Й. Криса [6], А.В. Соколов та В.І. Курдась [7]. Оцінюванню впливу внутрішніх факторів розвитку організації на рівень конфліктності та стресовості у колективі присвячена наукова стаття Т.Г. Сухорукової [8]. Проблема діагностики рівня конфліктності у контексті подолання дестабілізації соціально-трудових відносин на підприємстві розглядається у праці Р.М. Скриньковського [9].

Основні підходи до управління конфліктами та породженими ними стресами у трудовому колективі обґрунтовує Н.М. Новікова [10]. Шляхи

подолання конфліктних ситуацій на підприємстві досліджують також Ю.В. Максимець та В.М. Дадак [11]. Обґрунтуванню класифікації, розробці методики ідентифікації та стратегії уникнення і врегулювання управлінських конфліктів, які мають свій життєвий цикл, присвячені дослідження О.Є. Кузьміна, Н.Ю. Подольчака, Г.Р. Ковальчук [12–15]. Роль керівника у розв'язанні конфлікту досліджує Т.І. Сергієнко [16].

Креативні технології управління конфліктними ситуаціями та впровадження превентивних заходів на підприємстві пропонує І.М. Сочинська-Сибірцева, яка вказує на наявність глибокого протиріччя між потребами підвищення ефективності системи управління людською складовою підприємства і можливостями впровадження креативних технологій управління конфліктними ситуаціями [17]. За допомогою встановлення організаційних комплексних цілей, чіткої системи винагород, координаційних та інтеграційних механізмів, єдиноначальності та роз'яснення вимог до роботи пропонують врегульовувати конфлікт у колективі І. Кириченко та А. Вітвіцька [18].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність значної кількості підходів до управління конфліктами у колективі, розмаїття конфліктних ситуацій постійно зростає, а отже, збільшується варіативність поведінки як керівників, так і рядових працівників під час конфлікту, що обумовлює появу відхилень у заздалегідь спланованому алгоритмі виконання виробничих завдань. З огляду на це, залишаються актуальними пошук шляхів врегулювання конфліктів у колективі та вибір методів навчання працівників правильній поведінці у конфліктній ситуації.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є узагальнення теоретико-методологічних положень та розробка на цій основі практичних рекомендацій щодо регулювання трудової поведінки працівників у конфліктних ситуаціях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз діяльності сучасних організацій показує, що, будучи засобом розв'язання тих чи інших бізнесових проблем і самоствердження особис-

тості в колективі, конфлікт є важливою формою взаємодії між людьми у процесі їх трудової поведінки [1, с. 177–178].

Трудова поведінка – це свідомо регульований комплекс вчинків, дій людини, пов'язаних з поєднанням професійних можливостей та інтересів з діяльністю виробничої організації, виробничого процесу. Важливо зауважити, що сутність трудової поведінки полягає не тільки у створенні суспільно необхідного продукту, а й у відтворенні фізичних і духовних сил працівника, розширенні його знань, розвитку навичок, умінь, здібностей до саморегуляції і творчості. Поняття «трудова поведінка» пов'язане з тим, що індивід, соціальна група не є жорсткими елементами функціональної діяльності; між трудовими функціями, які «задає» суб'єктові праці «функціональний алгоритм» відповідної трудової діяльності, та особливостями, здібностями, намірами, специфікою поведінки особистості, соціальної групи завжди є певна дистанція, зумовлена безліччю соціальних, економічних, соціокультурних та інших чинників. Трудові вчинки людина здійснює, усвідомлюючи і порівнюючи соціокультурні й нормативні компоненти трудового середовища з власними інтересами, потребами та професійними можливостями. Успішність трудової поведінки, крім індивідуальних зусиль суб'єкта, залежить також від настрою, думок, оцінок інших людей, що формують систему зустрічних дій і впливають у певний спосіб на продуцента поведінки через систему професійної стратифікації, адміністративно-правових інститутів тощо. З огляду на складну структуру (предметно-цільова спрямованість, просторово-часова перспектива, функціональна програма, виробничо-технологічний та соціокультурний контекст), багатовекторність вибору лінії трудової поведінки (зважаючи на розмаїття комбінацій внутрішніх мотивів та зовнішніх стимулів) та розмаїття форм її прояву (цільові, інноваційні, адаптаційно-приспосовницькі, церемоніально-субординаційні тощо), невід'ємним елементом цієї системи є конфлікт.

Конфлікт в організації – це відкрита форма існування протиріч інтересів, що виникають у

процесі взаємодії людей під час розв'язання проблем виробничого і особистісного характеру; це зіткнення протилежно спрямованих дій учасників, викликане розбіжністю інтересів, норм поведінки і ціннісних орієнтацій; зрештою, конфлікти виникають внаслідок незбігу формальних організаційних засад і реальної поведінки членів колективу [8, с. 441].

Існують різні підходи до розуміння сутності конфлікту (рис. 1). Більшість соціальних психологів та організаційних консультантів схиляється до точки зору, що конфлікт – це «система відносин», «процес розвитку взаємодії»; причому розвиток взаємодії відбувається саме через розходження в інтересах, цінностях, видах діяльності. Іншими словами, конфлікт – це процес розвитку взаємодії суб'єктів з приводу розходжень. За такого підходу, як стверджує Н. Новікова, конфлікт стає природною умовою існування людей і перетворюється в інструмент розвитку організації [10, с. 82]. В окремих публікаціях [16, с. 238; 17, с. 272] конфлікт розглядається як джерело творчої енергії, яку слід спрямовувати у бажане русло.

Причини конфліктів – це явища, події, факти, ситуації, які передують конфлікту і за певних умов викликають його. Можна виділити три групи узагальнених причин виникнення організаційних конфліктів: нормативні – зачіпаються групові норми (йдеться про ситуації, коли працівник займає позицію, відмінну від позиції групи); мотиваційні – неможливість задоволення потреб особистості, яка безпосередньо пов'язана з діями інших осіб; ціннісні – розбіжність цінностей особистості (групи) з цінностями іншої особистості (групи) [1, с. 179]. Основні джерела виникнення організаційних конфліктів наведені на рис. 2.

Структура конфлікту включає «об'єкт», «предмет», «учасників», «цілі», «мотиви», «привід» (рис. 3). Об'єктами конфлікту вважають ті явища, які конфліктуючі сторони формально визнають предметом незгоди (матеріальна, духовна, соціальна або ж інша цінність). Предмет конфлікту – це основна суперечність, наявна або уявна проблема, що стала джерелом незгоди. Основними учасниками конфлікту є люди, які вважаються



Рис. 1. Розмаїття підходів до пояснення природи конфлікту в організації
Складено авторами на основі [5, с. 199; 10, с. 82; 16, с. 238; 17, с. 272]



Рис. 2. Основні джерела виникнення конфліктів в організації та напрямки їх впливу на трудову поведінку працівників

Складено авторами на основі [1, с. 178]

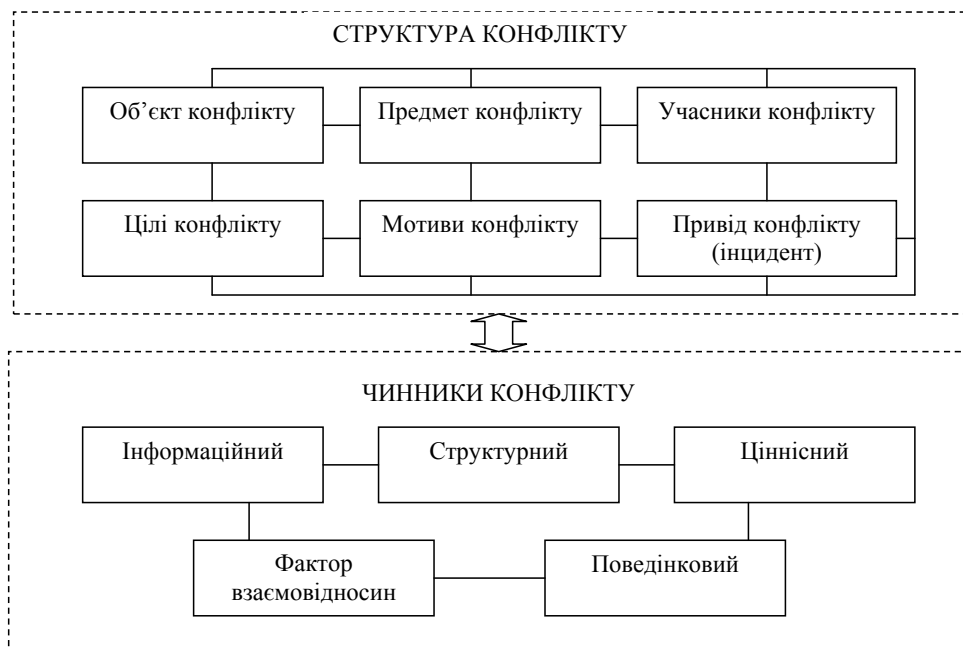


Рис. 3. Структура й чинники конфлікту

Складено авторами на основі [2, с. 18–19; 17, с. 273]

сторонами конфлікту. Цілями конфлікту зазвичай є задоволення своїх інтересів, відновлення справедливості або демонстрація емоцій. Мотивами конфлікту зазвичай стають такі феномени людської психіки соціального й особового спілкування: прагнення до переваги, уражене самолюбство; вияв агресивності, особиста неприязнь; вияв стресу; вияв егоїзму; несправедливість, тобто порушення соціальних установок, замах на статус; нерозумін-

ня, помилки у сприйнятті. Перераховані мотиви створюють конфліктну ситуацію – суперечності, що накопилися і містять справжню причину конфлікту. Привід конфлікту, або інцидент, – це збіг обставин, що призводять до конфліктної ситуації (це можуть бути слова, дії або, навпаки, бездіяльність) [2, с. 18–19].

Факторами конфлікту є: інформаційний – інформація, прийнятна для однієї сторони і непри-

йнятна для іншої; структурний – формальні і неформальні характеристики колективу, які виражаються у специфіці законодавства, у статусі, правах чоловіків і жінок, їх віці, ролі традицій, різних соціальних нормах; ціннісний – принципи, які проголошуються чи відкидаються, яких дотримуються чи якими зневажають, про які забувають чи які навмисно порушують; фактор взаємовідносин – пов'язаний з рівнем задоволення від взаємодії (звертається увага на такі аспекти, як: основа взаємовідносин (добровільні /примусові); сутність взаємовідносин (незалежні /залежні /взаємозалежні); очікування від взаємовідносин; важливість, цінність, тривалість взаємовідносин; сумісність людей у процесі взаємовідносин; внесок сторін у взаємовідносини); поведінковий – стратегія поведінки у конфліктній ситуації (уникнення, пристосування, конкуренція, компроміс, співробітництво) [17, с. 273].

Важливе значення має спосіб виникнення конфліктів: імпульсивний (випадковий) або раціональний (спланований).

Управлінські імпульсивні конфлікти – ті, які виникають раптово без жодної внутрішньої боротьби та вагання суб'єкта конфліктного процесу, за відсутності підготовки, аналізу та прийняття рішень про доцільність початку явного конфлікту. Коли виникає імпульсивний конфлікт, домінує емоційність та суб'єктивність в оцінках. Емоційна сторона конфлікту полягає в ірраціональних особливостях людської психіки, коли у сприйнятті іншого беруть участь симпатії та антипатії, відчуття, стани й емоції.

Раціональні управлінські конфлікти містять в собі обґрунтовуючий елемент виникнення конфлікту і передбачають проведення попереднього аналізу різних позицій, інтересів, механізмів та рівня захисту інтересів сторін конфлікту та прийняття на цій основі рішення про зміну форми конфлікту з прихованого на явний. Раціональні конфлікти найчастіше є спланованими, організованими, а іноді навіть відповідно мотивованими. Раціональні конфлікти частіше виникатимуть на середніх та вищих рівнях управління, а участь в них беруть управлінці з певним досвідом управління та участі в конфліктах. Раціональна сторона конфлікту виявляється також у тому випадку, коли ті, хто конфліктує, можуть чітко сформулювати предмет, об'єкт конфлікту й надати своє логічне бачення, навести докази й обґрунтування [2, с. 18–19].

Важливою характеристикою та відмінністю між імпульсивними та раціональними конфліктами є те, що за допомогою раціонального конфлікту протилежну сторону можна швидше схилити до порозуміння та прийняття цілей, ідей, пропозицій іншої сторони конфлікту [15, с. 91–92].

Складність конфліктів як суспільного явища зумовлює виконання ними подвійного набору функцій, одні з яких можна віднести до позитивних, або конструктивних, інші – до негативних, або деструктивних. В основі конструктивних конфліктів лежать розбіжності щодо розв'язання принципових проблем організації, які стимулюють розвиток колективу до нових цілей; як правило, вони сприяють формуванню нових форм і цінностей. Деструктивні конфлікти послаблюють ціннісно-орієнтаційну єдність професійної групи,

погіршують морально-психологічний клімат у колективі, знижують його згуртованість та ефективність діяльності в цілому [10, с. 80–81].

Конфлікт або гальмує розвиток підприємства, завдаючи додаткових проблем, змушуючи витрачати додаткові ресурси і провокуючи настання кризових явищ, або ж стає своєрідним акселератором його розвитку, будучи своєрідним фільтром для очищення підприємства від низки управлінських проблем [15, с. 89–90]. Система менеджменту сучасного підприємства також може існувати у двох іпостасях: з одного боку, породжуючи конфлікти, а з іншого – виступаючи способом їх розв'язання. Тому конфлікти, з одного боку, можуть бути перешкодою для розвитку системи менеджменту, а, з іншого – сприяти такому розвитку, і це залежатиме, у першу чергу, від уміння управляти організаційними конфліктами.

Таким чином, можна стверджувати, що не існує безконфліктних організацій. Поява конфлікту в сучасному колективі не повинна розглядатись тільки як симптом неблагополуччя, оскільки конфлікт виникає у зв'язку з об'єктивними розбіжностями в потребах і цілях людей, які вступають у взаємодію в процесі спільної діяльності. Виникнення конфліктів у трудових колективах визначається виробничим процесом і виробничою ситуацією; особистісною своєрідністю членів колективу; ставленням окремих особистостей до виробничої діяльності; психологічними особливостями внутрішньокolleктивних взаємовідносин [17, с. 272]. Важливо, щоб конфлікт не був руйнівним, а для цього потрібно, як зазначає Н.К. Назаров, підтримувати його на оптимальному рівні, на якому конфлікт позитивно впливає на ефективність діяльності організації [5, с. 198–199].

Частота настання конфліктів на підприємстві певною мірою залежить від ефективності системи управління. Керівники часто недооцінюють зміни, які може спровокувати конфлікт у трудовій поведінці працівників. Ефективна для організації поведінка її співробітників проявляється у тому, що вони надійно і сумлінно виконують свої обов'язки, готові в ім'я інтересів справи виходити за межі своїх безпосередніх обов'язків та проявляти лояльність до організації, докладаючи додаткові зусилля, проявляючи активність, знаходячи можливості для співпраці [8, с. 442]. У багатьох випадках конфліктні ситуації спричиняють відхилення від цієї моделі поведінки, провокуючи високий рівень незадоволення потреб працівників, збільшення плинності персоналу, зниження рівня продуктивності праці [9, с. 270]. Своєю чергою, основним завданням керівника підприємства є врегулювання конфліктної ситуації з метою мінімізації ризику появи під її впливом негативних відхилень у трудовій поведінці.

Варто зауважити, що коли людина знаходиться у конфліктній ситуації, для більш ефективного виходу з неї необхідно обрати певний стиль поведінки, враховуючи при цьому стиль поведінки інших людей, а також природу самого конфлікту. Такий вибір здійснюється залежно від типу, форми, важливості для людини самого конфлікту, від її власних статусно-рольових позицій, індивідуальних особливостей чи резервів (як психологічних, так і матеріально-фізич-

них), однак у реальному житті більшість людей цей вибір робить несвідомо. У ситуаціях, коли опонент є більш досвідченим або психологічно сильнішим, вибір типу поведінки нав'язується опонентом, він починає маніпулювати своїм суперником і в такий спосіб досягає тих цілей, які ставив перед собою. Ще один поширений варіант вибору типу поведінки – це певні звички і стереотипи: якщо людина декілька разів досягала бажаного результату у конфліктній ситуації певним чином, вона починає переносити цей варіант поведінки на інші конфліктні ситуації. Причому, згідно з законами психологічного захисту, вона витісняє зі своєї свідомості всі свої невдачі і продовжує стереотипно реагувати навіть у тих ситуаціях, де цей тип поведінки завдає всім тільки шкоди [17, с. 274].

Управління конфліктом – це цілеспрямований, зумовлений об'єктивними законами вплив на його динаміку в інтересах розвитку або руйнування тієї системи, в якій виник конфлікт. Цей складний процес містить певний набір видів діяльності – прогнозування, попередження, стимулювання, регулювання, розв'язання.

Основним джерелом прогнозування конфліктів є вивчення об'єктивних і суб'єктивних умов та факторів взаємодії між людьми, а також їхніх індивідуально-психологічних особливостей. Особливе місце на цьому етапі займає аналіз загальних і часткових причин конфліктів.

Попередження конфлікту здійснюється двома способами. По-перше, на основі даних прогнозування розпочинається активна діяльність з нейтралізації впливу всього комплексу детермінуючих його чинників (вимушена форма запобігання конфлікту). По-друге, конфлікти можуть попереджуватись на основі здійснення ефективного управління загалом. Стимулювання конфлікту здійснюється шляхом винесення проблемного питання для обговорення на зборах, нарадах.

Регулювання конфлікту – це вид діяльності суб'єкта управління, спрямований на послаблення й обмеження конфлікту, забезпечення його розвитку у бік розв'язання. Виділяють такі технології регулювання конфлікту: інформаційна (ліквідація дефіциту інформації, усунення чуток); комунікативна (організація спілкування); соціально-психологічна (робота з неформальними лідерами, зміцнення соціально-психологічного клімату); організаційна (вирішення кадрових питань, ефективна мотивація, зміна умов взаємодії співробітників).

Розв'язання конфлікту – це вид діяльності, пов'язаний із завершенням конфлікту, що досягається за умови усунення причин, предмета конфлікту і конфліктної ситуації [1, с. 181].

Загалом процес управління конфліктами є підсистемою менеджменту підприємства і реалізуються з домінуванням функціонального підходу в управлінні організацією шляхом планування, мотивування, контролю та регулювання конфліктів з метою збільшення кількості раціональних наслідків та зниження рівня негативних наслідків конфліктів (рис. 4).

У регулюванні конфліктних ситуацій вирішальною є роль керівника. Керівник – це особа, яка у контексті свого службового становища

зацікавлена у підтримуванні конфліктів функціонально-позитивної спрямованості і, водночас, у попередженні та найшвидшому подоланні деструктивних конфліктів. Керівник наділений повноваженнями, має владу і можливості впливати на своїх підлеглих, на їх поведінку у конкретно-му конфлікті [16, с. 239].

Під час аналізу конфліктної ситуації керівникові потрібно усвідомити суть проблеми, у чому полягають суперечності між опонентами, що є об'єктом конфлікту. Керівник оцінює, на якій стадії розвитку знаходиться конфлікт, якої шкоди завдано опонентами один одному. Важливо визначити причини конфлікту. Паралельно з аналізом конфліктної ситуації керівник проводить її оцінювання: оцінюються ступінь правоти опонентів, можливі результати конфлікту та його наслідки за різних варіантів розвитку; також керівник оцінює свої можливості щодо регулювання конфлікту. Необхідний об'єктивний і конструктивний аналіз конфлікту з визначенням перспектив подальшого розвитку взаємодії учасників. Також важливо контролювати поведінку опонентів і коригувати їхні вчинки з метою нормалізації відносин [16, с. 240]. Аналіз отриманого досвіду дозволяє керівникові осмислити свої дії в конфлікті, оптимізувати алгоритм діяльності з урегулювання конфліктів серед підлеглих.

У багатьох сучасних організаціях є посада People Partner (з англ. «партнер людини»). Основний обов'язок цього працівника – надання допомоги у професійному розвитку, уникненні та зниженні рівня конфліктів, підвищенні продуктивності праці тощо. Для управління конфліктами People Partner започатковує розмови та дискусії для виявлення поточних проблем та ймовірності конфліктних ситуацій, формує мотиваційний профіль працівників, ідентифікує ризики в діяльності, які є причинами конфліктів. Виявленням конфліктів у першу чергу повинні займатися працівники відділів кадрів, однак ці функції можуть бути покладені і на ризик-менеджерів, які відповідають за управління ризиками у діяльності персоналу [14, с. 91].

Уміння вирішити складну ситуацію, не доводячи її до конфлікту, – ознака соціально-психологічної культури людини. Сутність питання полягає не в тому, щоб уникнути будь-яких протиріч, боротьби думок, різних поглядів, а в умінні правильно поводитися у конфліктній ситуації. Адже основною причиною виникнення конфліктів є ігнорування сфери міжособистісної взаємодії, що призводить до незадоволеності та напруженості у стосунках [2, с. 20].

Однією з важливих соціально-психологічних причин конфліктів є низький рівень розвитку конфліктологічної компетентності. Конфліктологічна компетентність розглядається як когнітивно-регуляторна підструктура професіоналізму особистості і діяльності, як динамічне структурно-рівневе утворення, що характеризується наявністю знань про конфлікт, володінням широким спектром стратегій поведінки у конфлікті, емоційної саморегуляції та значимими особистісними властивостями (емпатія, рефлексивність тощо) [19, с. 117] (рис. 5). Вона передбачає певний рівень знань, умінь, навичок та властивостей



Рис. 4. Логіка виконання функцій управління конфліктами у контексті компетентнісного підходу до розвитку персоналу підприємства
Складено та доповнено авторами на основі [1, с. 181; 15, с. 93–94]

особистості з аналізу, управління та самоуправління конфліктами. У свою чергу, наявність певних знань та умінь у сфері конфліктології потребує розвитку певних особистісно-професійних рис, які дозволять ефективно використовувати ці знання та вміння для управління конфліктами.

У дослідженнях Б.І. Хасана [20] конфліктна компетентність розглядається як невід'ємна складова загальної комунікативної компетентності і включає в себе рівень обізнаності про діапазон можливих стратегій поведінки в конфлікті і вміння адекватно реалізовувати ці стратегії у конкретній життєвій ситуації. Вчений трактує конфліктну компетентність як уміння утримувати протиріччя в продуктивній конфліктній формі, що сприяє їх розв'язанню.

Виділяють два рівні розвитку конфліктної компетентності: перший передбачає здатність до розпізнавання ознак конфлікту, наявність навичок організації взаємодії його учасників для утримання протиріччя в руслі продуктивного розв'язання; другий передбачає вміння проектувати конфлікти, необхідні для досягнення бажаних результатів, а також створювати їх у ситуаціях навчальної взаємодії.

Іноколи застосовується поняття «конфліктологічна грамотність» як базовий рівень конфліктологічної підготовки, що проявляється в буденному інтуїтивному досвіді, міфологічній свідомості, що

дозволяє конструктивно розв'язувати проблеми та протиріччя без особливого осмислення механізмів, що лежать в їх основі [21, с. 57]. Конфліктологічна компетентність є складовою конфліктологічної культури людини та відіграє вагомий роль у реалізації професійної діяльності будь-якого фахівця.

Зазначимо, що налагодження взаєморозуміння між можливими учасниками конфліктів потребує застосування декількох методів. Метод інтроспекції полягає у здатності поставити себе на місце іншого, уявити його думки, почуття, зробити висновки про мотиви та зовнішні подразники його поведінки. Метод емпатії базується на техніці проникнення у переживання іншої людини; цей метод найбільш доцільно використовувати емоційній особистості, яка здатна до інтуїтивного мислення; він передбачає можливість повної довіри своєму інтуїтивному відчуттю та дасть можливість зупинити завчасні інтелектуальні інтерпретації. Метод логічного аналізу зорієнтований на людей з раціональним мисленням; у ньому передбачена можливість зрозуміти співрозмовника, відтворити систему інтелектуальних уявлень про нього та ситуацію, в якій він перебуває. Цей метод найбільш ефективний у випадку, коли один з партнерів по спілкуванню зберігає стриманість, рівновагу і відчуженість, а інший позбавляється можливості розпочати конфлікт або взаємодіяти у конфліктному режимі [22, с. 194].

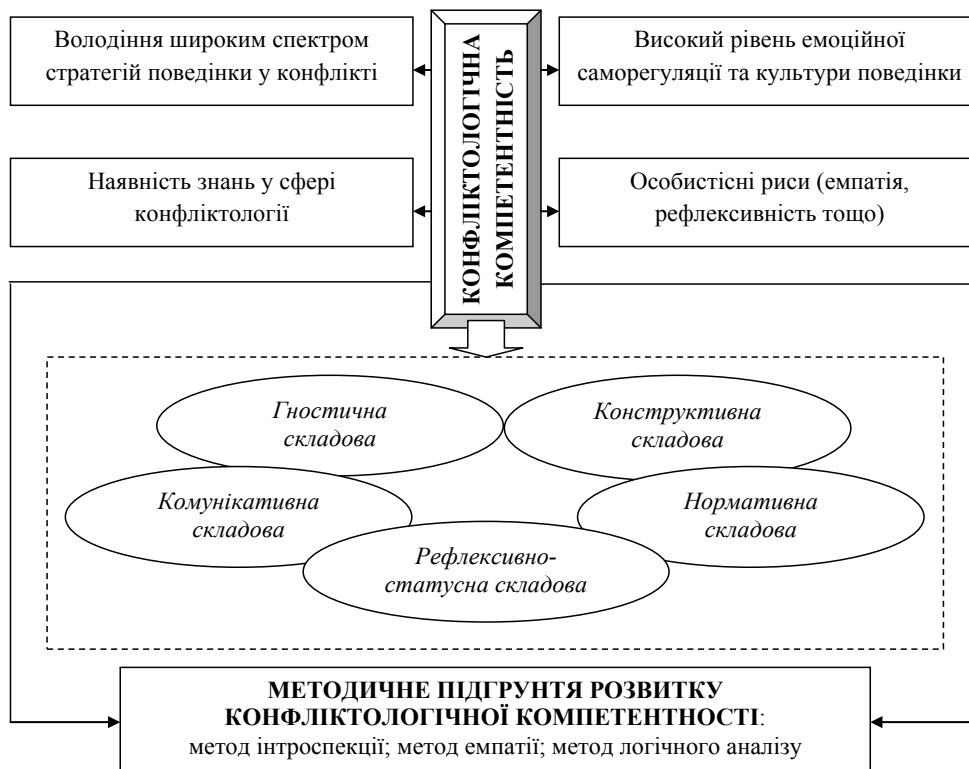


Рис. 5. Структура і методична основа розвитку конфліктологічної компетентності персоналу

Складено авторами на основі [19, с. 117; 21, с. 57, 22, с. 194]

Висновки. Конфлікт є важливою формою взаємодії між людьми і має неоднозначний вплив на їх трудову поведінку. З одного боку, конфлікт супроводжує зародження і розвиток інноваційних, адаптаційно-приспосовницьких та деяких інших форм трудової поведінки, але, водночас, може спровокувати прояви характерологічної і деструктивної поведінки у трудовому колективі.

Система менеджменту сучасного підприємства також може існувати у двох іпостасях: з одного боку, породжуючи конфлікти, а з іншого – виступаючи способом їх розв'язання. У процесі управління конфліктами обов'язково слід з'ясувати джерела його виникнення, ключові чинники та окреслити структуру. Керівникам необхідно підтримувати конфлікт на оптимальному рівні, на якому він позитивно впливає на ефективність діяльності організації, та оперативно попереджати негативний вплив конфліктів на трудову поведінку працівників.

Управління конфліктами здійснюється шляхом реалізації функцій планування, мотивування, контролю та регулювання конфліктів із

застосуванням інформаційних, комунікативних, соціально-психологічних, організаційних технологій. Досить важливою у процесі розв'язання конфлікту є роль керівника колективу.

Одним з дієвих способів ефективного розв'язання конфліктів є розвиток конфліктологічної компетентності персоналу, що передбачає здатність особистості розв'язувати конфлікти у професійному середовищі, уміння розуміти конфлікт та керувати ним, оволодіння навичками діагностики конфлікту на початковій стадії виникнення та застосування конструктивних технологій його розв'язання. Розвиток конфліктологічної компетентності доречно передбачити у програмі професійного розвитку працівника. Під час навчання члени трудового колективу повинні оволодіти методами інтроспекції, емпатії, логічного аналізу та зрозуміти, в яких конфліктних ситуаціях вони можуть бути найбільш корисними.

Перспективи подальших досліджень вбачаються в обґрунтуванні способів досягнення бажаних змін у трудовій поведінці під час конфліктної взаємодії працівників.

Література:

- Біловодська О. А. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств [Електронний ресурс] / О. А. Біловодська, Т. В. Кириченко // Економіка і суспільство : електронне наукове фахове видання. – 2017. – № 10. – С. 177–182. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/10_ukr/33.pdf.
- Краснова Н. П. Причини конфліктів у діловому спілкуванні / Н. П. Краснова // Соціальна педагогіка: теорія та практика. – 2013. – № 1. – С. 18–26.
- Куковський А. Г. Причини розвитку та розв'язання міжособистісних конфліктів [Електронний ресурс] / А. Г. Куковський, В. А. Познаховський, В. П. Кизима // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія: Економіка. – 2014. – Вип. 1 (65). – С. 222–231. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/1530/1/Ve6524.pdf>.

4. Мостенська Т. Л. Основні причини виникнення конфліктів в організаціях та шляхи їх подолання [Електронний ресурс] / Т. Л. Мостенська // Теоретичні та прикладні питання економіки. – 2010. – № 21. – С. 188–189. – Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8819/1/Zb21_25.pdf.
5. Назаров Н. К. Конфлікти на підприємстві: визначення, причини, типи [Електронний ресурс] / Н. К. Назаров // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 5 (2). – С. 198–201. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_5%282%29_54.
6. Криса О. Й. Управління конфліктами на засадах їх класифікації / О. Й. Криса // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми економіки та управління. – 2010. – № 643. – С. 337–342.
7. Соколов А. В. Класифікація конфліктів на підприємстві [Електронний ресурс] / А. В. Соколов, В. І. Курдась // Науковий огляд : міжнародний науковий журнал. – 2015. – № 8 (18). – Режим доступу: <http://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/574/745>.
8. Сухорукова Т. Г. Характеристика внутрішніх факторів, що визначають рівень стресовості та конфліктності колективу / Т. Г. Сухорукова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – Вип. 42. – С. 440–443.
9. Скриньковський Р. М. Діагностика рівня конфліктності в колективі та шляхи подолання дестабілізації соціально-трудових відносин на підприємстві [Електронний ресурс] / Р. М. Скриньковський // Бізнес Інформ. – 2016. – № 4. – С. 268–273. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_4_43.
10. Новікова Н. Управління конфліктами в організації: підходи до вирішення та профілактики [Електронний ресурс] / Н. Новікова // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 2. – С. 79–83. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2013_2_14.
11. Максимець Ю. В. Шляхи подолання конфліктних ситуацій на підприємстві [Електронний ресурс] / Ю. В. Максимець, В. М. Дадак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.10. – С. 372–376. – Режим доступу: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2013/23_10/372_Mak.pdf.
12. Кузьмін О. Є. Формування стратегії уникнення та врегулювання управлінських конфліктів [Електронний ресурс] / О. Є. Кузьмін, Н. Ю. Подольчак, Г. Р. Ковальчук // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2013. – № 52. – С. 176–185. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2013_52_23.
13. Ковальчук Г. Р. Особливості життєвого циклу управлінських конфліктів / Г. Р. Ковальчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 769. – С. 32–41.
14. Подольчак Н. Ю. Ідентифікування управлінських конфліктів у роботі адміністративного персоналу машинобудівних підприємств / Н. Ю. Подольчак, Г. Р. Ковальчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 778. – С. 87–100.
15. Подольчак Н. Ю. Місце та види управлінських конфліктів у сучасній системі менеджменту підприємства / Н. Ю. Подольчак, Г. Р. Ковальчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2012. – № 748. – С. 88–95.
16. Сергієнко Т. І. Конфлікти в колективі і роль керівника у їх вирішенні [Електронний ресурс] / Т. І. Сергієнко // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2012. – Вип. 48. – С. 236–242. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpvgvzdia_2012_48_27.
17. Сочинська-Сибірцева І. М. Креативні технології управління конфліктними ситуаціями на вітчизняних підприємствах / І. М. Сочинська-Сибірцева // Бізнес Інформ. – 2012. – № 10. – С. 271–275.
18. Вітвіцька А. Діагностика рівня конфліктності в колективі підприємства та шляхи подолання конфліктних ситуацій [Електронний ресурс] / А. Вітвіцька, І. Кириченко // Схід. – 2015. – № 4 (136). – С. 8–11. – Режим доступу: <http://skhid.com.ua/article/view/51719/47742>.
19. Ярослав Л. О. Конфліктологічна компетентність як предмет психологічного дослідження / Л. О. Ярослав // Вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць. – 2009. – № 1 (25). – С. 116–119.
20. Хасан Б. И. Конструктивная психология конфликта / Б. И. Хасан. – СПб. : Питер, 2003. – 250 с.
21. Щербакова О. И. Развитие конфликтологической культуры личности / О. И. Щербакова // Высшее образование сегодня. – 2008. – № 10. – С. 56–59.
22. Калаур С. М. Доцільність формування конфліктологічної компетентності у майбутніх фахівців сфери послуг / С. М. Калаур // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка. – Тернопіль, 2011. – № 4. – С. 188–194.

Хитрая Елена Владимировна

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры управления персоналом и экономики труда
Хмельницького національного университета

Полищук Людмила Михайловна

студентка
Хмельницького національного университета

ОСОБЕННОСТИ ТРУДОВОГО ПОВЕДЕНИЯ РАБОТНИКОВ В УСЛОВИЯХ КОНФЛИКТА

Аннотация

В статье выявлена неоднозначность влияния конфликта на трудовое поведение работников и систему социально-трудовых отношений в организации. Обосновано возникновение конструктивных и деструктивных изменений в трудовом поведении в результате конфликта. Охарактеризована роль руководителя в урегулировании конфликтной ситуации. Раскрыто содержание функций управления конфликтами в общей системе менеджмента предприятия. Доказана необходимость формирования у современных работников конфликтологической компетентности и конфликтологической культуры.

Ключевые слова: конфликт, конфликтологическая грамотность, конфликтологическая компетентность, конфликтологическая культура, трудовое поведение, управление конфликтами.

Khytra Olena Volodymyrivna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Personnel Management and Labour Economics
Khmelnitskyi National University

Polishchuk Lyudmila Mykhaylivna

Student
Khmelnitskyi National University

PARTICULAR QUALITIES OF EMPLOYMENT BEHAVIOUR OF EMPLOYEES IN THE CONTEXT OF CONFLICT

Summary

The article deals with clarifying the ambiguousness of influence of the conflict on the employment behaviour of employees and the system of social and labour relations in the organization. The emergence of constructive and destructive changes in employment behaviour as a result of the conflict has been proved. The role of the leader in resolving the conflict situation has been characterized. The content of the conflict management functions in the general management system of the company has been disclosed. The necessity of forming the conflictological competence and the conflictological culture in modern workers has been proved.

Key words: conflict, conflictological literacy, conflictological competence, conflict culture, employment behavior, conflict management.

УДК 369.067.2

Громова Анастасія Євгенівна

асистент кафедри фінансів
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Горанська Катерина Сергіївна

студентка обліково-фінансового факультету
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Саєнко Ярослав Анатолійович

студент обліково-фінансового факультету
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Проаналізовано моделі фінансування охорони здоров'я у зарубіжних країнах. Визначено основні джерела фінансування охорони здоров'я в Німеччині, Франції. Розглянуто особливості функціонування системи медичного страхування у Європейських країнах.

Ключові слова: медичне страхування, ринок медичного страхування України, іноземний досвід медичного страхування, обов'язкове медичне страхування, добровільне медичне страхування, страхові послуги, страховий ринок.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день система медичного страхування діє у всіх країнах світу, але механізм її відрізняється. Проблема формування та розвитку оптимальної системи медичного страхування є актуальною як для України, так і для багатьох країн світу, незалежно від обраної моделі фінансування та організації системи охорони здоров'я, оскільки це один із механізмів додаткового фінансування охорони здоров'я. Окрім цього, ця проблема зумовлена швидкими темпами розвитку медичних технологій та зростанням потреб населення у кваліфікованій, якісній і доступній медичній допомозі через стрімке збільшення частки осіб похилого віку, які є основними «споживачами» медичного страхування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні положення щодо дослідження медично-

го страхування були висвітлені в багатьох роботах як українських, так і зарубіжних авторів. Значні теоретичні та практичні дослідження у цій сфері здійснили В. Базилевич, Н. Внукова, В. Рудень, Н. Машина, Т. Стецюк та інші. Крім вищезазначених авторів дослідженням проблеми запровадження загальнообов'язкового медичного соціального страхування займалися такі вчені: Н. Андріїшина, Т. Бахтеева, М. Поліщук, С. Санченко. Вони наголошують на необхідності негайного впровадження загальнообов'язкового медичного страхування.

Постановка завдання. Вивчення проблем медичного страхування в Україні, порівняння його з закордонним медичним страхуванням та визначення шляхів його подальшого вдосконалення.

Виклад основного матеріалу. Важливим елементом системи страхової медицини є ме-

дичне страхування. Медичне страхування – це система, при якій надання медичної допомоги буде здійснюватися на принципах страхування, коли захворювання сприймається як страховий випадок.

За допомогою системи страхової медицини будуть вирішені численні питання гарантованості доступності медичних послуг для широких верств населення, залучення додаткових ресурсів у сферу охорони здоров'я [1, с. 109].

Проте стан здоров'я населення України на сучасному етапі розвитку оцінюється як незадовільний. Про це свідчить зменшення кількості населення з 52 млн. у 1991 р. до 48 млн. у 2011 р. До 2030 р. в Україні може залишитися лише 30 млн. осіб, згідно з прогнозами Всесвітньої організації охорони здоров'я щодо демографічної ситуації в Україні. Також в Україні значно нижча тривалість життя населення порівняно з тривалістю життя населення у зарубіжних країнах (див. табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння середньої очікуваної тривалості життя населення України та зарубіжних країн у 2016 р. [3]

Країни	Очікувана тривалість життя	
	чоловіки	жінки
Україна	66 р. 4 м.	76 р. 3 м.
Франція	82 р. 4 м.	84 р. 8 м.
Польща	77 р. 5 м.	79 р. 9 м.
Нідерланди	81 р. 3 м.	84 р.
Швейцарія	81 р. 3 м.	85 р. 3 м.
Канада	82 р. 2 м.	83 р. 8 м.
Японія	83 р. 7 м.	86 р. 7 м.

Як показують дослідження, сьогодні в Україні людей, які не мають медичного страхування, понад 90 %. Тобто перспективи розвитку системи медичного страхування в Україні великі, оскільки потенційних споживачів страхових послуг багато. Для того, щоб краще зрозуміти, яким шляхом потрібно рухатись нашій країні у час реформ галузі медицини, розглянемо зарубіжний досвід, де медичне страхування було запроваджено майже сторіччя тому.

Фінансове забезпечення охорони здоров'я у розвинених країнах здійснюється з різних джерел: державного бюджету, коштів підприємств і внесків приватних осіб. Базуючись на цьому, виокремлюють такі базові моделі фінансування охорони здоров'я:

– державна, заснована на бевериджевській концепції, що фінансується переважно (до 90 %) з бюджетних джерел (системи, що фінансуються за рахунок оподаткування). Оплату медичних послуг проводять з основних прибутків держави. Виділення фінансування на всі здійснювані послуги розглядають як частину процесу планування загальних урядових витрат. За першою формою фінансуються, наприклад, системи охорони здоров'я Великобританії, Канади, Ірландії;

– бюджетно-страхова (бісмарковська концепція), що фінансується за рахунок цільових внесків підприємців, трудящих громадян і субсидій

держави (системи соціального страхування). Медичні послуги оплачуються за рахунок внесків в фонд охорони здоров'я. Найпростішим є внесок, який робить наймач і працівник. Внески залежать від платоспроможності, а доступ до послуг – від потреби. Медичний фонд (або фонди) зазвичай незалежний від держави, але діє в рамках законодавства. За соціального страхування гарантується право на точно зумовлені види послуг і встановлюються такі частки внесків і на такому рівні, які дають гарантію використання такого права. Фінансування з позабюджетних фондів медичного страхування переважає в Німеччині (78 %), Італії (87 %), Франції (71 %), Швеції (91 %), Японії (73 %) та інших країнах;

– приватнопідприємницька, що фінансується за рахунок реалізації платних медичних послуг, а також за рахунок коштів добровільного медичного страхування. Населення, що страхується, виплачує премію страхувальнику, сума якої визначається очікуваною середньою вартістю послуг, що надаються ним, причому схильні до більшого ризику, платять більше. Пряма оплата послуг пацієнтами не належить до страхування. Пацієнти сплачують медичні послуги відповідно до тарифів. Така система діє в таких країнах, як США, Південна Корея, Нідерланди [2, с. 179].

У середині будь-якої групи країн з високим рівнем розвитку не існує прямої залежності між витратами на медичну допомогу та рівнем здоров'я населення. Сім провідних країн за основними показниками здоров'я (середня тривалість життя, дитяча смертність і низка інших) виглядає наступним чином: Японія, Німеччина, США, Великобританія, Франція, Канада, Нідерланди. Перше місце посідає Японія за часткою витрат на охорону здоров'я у ВВП і забезпеченістю населення лікарями. Одне з перших місць посідає США, але дитяча смертність і очікувана тривалість життя чоловіків у країні не є сприятливими [4].

Розглянемо моделі медичного страхування у зарубіжних країнах для того, щоб сформулювати переваги та недоліки медичного страхування в Україні.

У Франції медичне страхування було введено в 1910 році спочатку у вигляді фондів взаємодопомоги, а починаючи з 1928 року, ці фонди були перетворені в страхові компанії.

Французька модель медичного страхування має централізовану форму управління. Наявна система загального страхування на випадок хвороби, яка охоплює близько 80% населення. Система обов'язкового медичного страхування регламентується законом «Про медичне страхування і фінансування охорони здоров'я», який передбачає внесення страхових сум як тими, хто працює, так і роботодавцями, притому що роботодавці сплачують 12,5%, а наймані працівники – 7%.

На чолі системи лікарняних кас стоїть національна каса або каса страхування найманих робітників, яка перебуває під контролем Міністерства соціального забезпечення та праці. Національна каса виконує функції визначення розмірів внесків, загальний контроль за діяльністю лікарняних кас, контроль якості й вартості ме-

дичної допомоги. Вона має місцеві відділення, кожне з яких відповідає за страхування в окремому регіоні й не конкурує з іншими. Страхування в касах здійснюється за територіальним принципом. Клієнти практично позбавлені права вибору страхової організації. Державою забезпечується невисока вартість ліків [5, с. 75].

Уряд встановлює суми оплати кожного виду послуг по соцстраху, та відшкодовує працівникам та службовцям основну частину цих видатків (70–90%). Фірми та організації щомісячно відраховують у фонд обов'язкового страхування 36% коштів, з яких 6,5% – кошти із заробітної плати працівників. У 2011 році виплати по соціальному страхуванню становили 500 млрд. франків, близько 8% ВВП. Загальні виплати по додаткової компенсації медичних витрат склали 82 млрд. франків. По джерелам компенсації ця сума була розподілена таким чином: 45% – виплачено страховими компаніями, 45% – фондами взаємодопомоги, 10% – інститутами соціального захисту [7, с. 18].

Медичне страхування в Німеччині дещо відрізняється від українського. Основним принципом німецької системи медичного страхування є те, що уряд не бере на себе відповідальність за фінансування охорони здоров'я, а лише створює умови для того, щоб необхідні фонди були створені працівниками та роботодавцями. Медичне страхування в Німеччині займає приблизно 12% загального обсягу страхових надходжень. Також воно не є обов'язковим для всіх та не є розповсюдженим на малозабезпечених з річною заробітною платою менше за 40 тис. євро. Внески в систему ОМС – це фіксований відсоток від заробітної плати, який складає від 11,2% до 14,9%, половину цього внеску оплачує роботодавець. Важливою особливістю ОМС полягає в тому, що поліси є сімейними. Послугами і захистом державного медичного страхування користуються члени сім'ї, що є зареєстрованими в системі державного медичного страхування [6, с. 93].

Хоча німецька система медичного страхування має низку переваг, проте треба назвати і її недоліки, на які варто звернути увагу, розробляючи модель медичного страхування для України:

- постійне збільшення розмірів відрахувань на медичне страхування, які сьогодні становлять приблизно 13,4% заробітної плати до оподаткування;

- суттєве збільшення організаційних витрат у системі охорони здоров'я. У лікарняних касах вони становлять приблизно 5% від суми внесків;

- суттєве збільшення організаційних витрат у системі охорони здоров'я. У лікарняних касах вони становлять приблизно 5% від суми внесків.

В свою чергу британська модель медичного страхування характеризується такими особливостями:

- високий рівень централізації. Обов'язковим медичним страхуванням охоплено 1/3 населення країни;

- превалювання бюджетної системи фінансування.

- сплата пацієнтами 10 % вартості лікування.

Національної системи охорони здоров'я фінансується із надходжень від податків, ко-

трі складають 90% бюджету охорони здоров'я. Таким чином, Національна система охорони здоров'я практично існує за рахунок коштів, що вносяться платниками податків та виділяються урядом на охорону здоров'я зі статті затрат на соціальні потреби. В цілому, пацієнти платять 10% вартості лікування. Всі працюючі підлягають обов'язковому страхуванню здоров'я за винятком непрацюючих жінок у шлюбі, які можуть приєднатися до страхування по добровільним програмам. За рахунок цих коштів часто надаються фінансові допомоги по тимчасовій непрацездатності в зв'язку із хворобою.

Якщо ж повернутися до України, то вже не перший рік намагаються впровадити обов'язкове державне медичне страхування.

Згідно даного законопроекту, медична допомога буде фінансуватися за рахунок бюджетних коштів – це буде перший рівень або базовий, життєзберігаючий.

Другий рівень – основний, здоров'язберігаючий – це обов'язкове медичне страхування, яке оплачується страховими компаніями, котрі мають відповідну ліцензію на здійснення відповідного виду медичного страхування. До страхових компаній, котрі займаються обов'язковим медичним страхуванням ставляться особливі вимоги (досвід роботи, наявність належним чином підготовлених страхових продуктів, зокрема договорів страхування, наявність працівників з відповідним досвідом роботи, фінансові вимоги тощо).

Третій рівень – сервісний, який фінансуватиметься за рахунок програм добровільного медичного страхування та покриватиме все те, що не покривається двома попередніми рівнями.

Переваги розробленої концепції введення системи обов'язкового медичного страхування в порівнянні із проектом Закону України «Про загальнообов'язкове медичне страхування» є наступними:

- цільове та децентралізоване формування фінансових ресурсів, які спрямовані не в бюджет, а безпосередньо на потреби закладів охорони здоров'я;

- включення цільових внесків в собівартість продукції підприємств, що забезпечить більш стійкий процес надходження внесків на потреби охорони здоров'я;

- відокремлення фінансування від надання медико-санітарної допомоги, залученні в систему незалежної фінансової структури в особі страховика – страхової організації, яка є членом Українського медичного страхового бюро та має ліцензію Міністерства фінансів України на цей вид страхування. Введення «третьої сторони», відповідальної за фінансування та контроль якості медичної допомоги, суттєво змінює механізм фінансування закладів охорони здоров'я та умови для проведення незалежної експертизи діяльності цих закладів;

- прямій участі роботодавців та працівників в процесі формування фінансових ресурсів обов'язкового медичного страхування, що формує нове відношення роботодавців та працівників до проблеми охорони здоров'я, так як охорона здоров'я набуває економічний вимір;

– наданні медико-санітарної допомоги трьох рівнів: 1-й рівень за рахунок бюджетних коштів, 2-й рівень за рахунок обов'язкового медичного страхування, що проводиться на першому етапі на протязі двох років державною страховою компанією, а на другому етапі з підключенням недержавних страхових компаній та 3 рівень за рахунок добровільного медичного страхування [8, с. 206].

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Незважаючи на вагомість і невідкладність завдання покращання фінансування охорони здоров'я, в Україні дотепер недостатньо розвинена система медичного страхування. До цього часу не прийнятий закон про обов'язкове медичне страхування. Наявні програми добровільного медичного страхування орієнтовані переважно на заможних громадян та корпоративних клі-

єнтів. Тому наявна в Україні система охорони здоров'я потребує негайного реформування на науково обґрунтованих концептуальних засадах.

Першочерговими завданнями є пошук ефективних форм поєднання трьох джерел фінансування страхової медицини, а саме: бюджетних коштів, страхових внесків приватних осіб, коштів фондів обов'язково страхування. На поточному етапі розвитку в Україні фінансування галузі охорони здоров'я за рахунок бюджетних коштів збережеться. Водночас, це актуалізує завдання модернізації системи державних гарантій надання безкоштовної медичної допомоги та розвитку державно-приватного партнерства шляхом залучення бізнесу в сферу охорони здоров'я. У підсумку реалізація практичних заходів за окресленими напрямками дозволить прискорити впровадження системи страхової медицини в Україні.

Література:

1. Говорушко Т. А. Страхові послуги: навч. посіб. / Т. А. Говорушко. – К.: Центр навчальної літератури, 2015. – 400 с.
2. Бучкевич М. М. Досвід медичного страхування у зарубіжних країнах / М. М. Бучкевич, О. А. Біттер. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21. – С. 178–184.
3. Офіційний сайт Всесвітньої організації охорони здоров'я – <http://www.who.int/en/>
4. Машина Н.І. Міжнародне страхування: [навчальний посібник] / Н. І. Машина. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 504 с.
5. Губар О.Є. Медичне страхування у країнах Європейського Союзу / О. Є. Губар // Фінанси України. – 2012. – № 7. – С. 130.
6. Сподарева О. Г. Особливості функціонування систем медичного страхування у провідних країнах світу / О. Г. Сподарева. // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2013. – № 3. – С. 91–95.
7. Череп А. В. Практичний іноземний досвід медичного страхування / А. В. Череп // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 2. – С. 17–23.
8. Окунський А.Р. Медичне страхування в Україні: проблеми і перспективи. / А.Р. Окунський // Медичне право України: проблеми встановлення та розвитку [Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції]. – Львів. – 19–2016. – С. 203–209.

Громова Анастасія Євгенівна

асистент кафедри фінансов
Винницького торгово-економічного інститута
Київського національного торгово-економічного університету

Горанська Катерина Сергіївна

студентка учетно-фінансового факультета
Винницького торгово-економічного інститута
Київського національного торгово-економічного університету

Саєнко Ярослав Анатольевич

студент учетно-фінансового факультета
Винницького торгово-економічного інститута
Київського національного торгово-економічного університету

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Аннотация

Проанализированы модели финансирования здравоохранения в зарубежных странах. Определены основные источники финансирования здравоохранения в Германии, Франции. Рассмотрены особенности функционирования системы медицинского страхования в европейских странах.

Ключевые слова: медицинская страхование, рынок медицинского страхования в Украине, зарубежный опыт медицинского страхования, обязательное медицинское страхование, добровольное медицинское страхование, страховые услуги, страховой рынок

Gromova Anastasia Yevgeniyivna

assistant professor of finance
Vinnytsia Trade and Economic Institute
of Kyiv National University of Trade and Economics

Goranska Katerina Sergiivna

student of the accounting and finance faculty
Vinnytsia Trade and Economic Institute
of Kyiv National University of Trade and Economics

Sayenko Yaroslav Anatolievich

student of the accounting and finance faculty
Vinnytsia Trade and Economic Institute
of Kyiv National University of Trade and Economics

THE FEATURES OF THE MEDICAL INSURANCE: FOREIGN EXPERIENCE

Summary

Models of financing medical care in foreign countries are analyzed. Identified the major sources of health financing in Germany and France. The features of the functioning of the medical insurance system in European countries was determined.

Key words: medical insurance, the medical insurance market of Ukraine, foreign experience of medical insurance, compulsory medical insurance, voluntary medical insurance, insurance services, insurance market.

УДК 336.748.12

Байрамов Михайло Олександрович,

Сімон Анастасія Павлівна

студенти

Університету митної справи та фінансів

Ісхакова Олена Миколаївна

старший викладач кафедри фінансів
суб'єктів господарювання та страхування
Університету митної справи та фінансів

ІНФЛЯЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

В статті досліджується інфляція як економічне явище, її вплив на економіку України. Аналізується сучасний стан інфляції, можливий інфляційний ризик, а також висловлюються поради щодо ролі держави в його нормалізації. Інфляція одна з найбільш актуальних проблем сучасності. Вона тісно пов'язана з проблемою зайнятості населення, безробіттям, матеріальним і духовним благополуччям.

Ключові слова: інфляція, гроші, ціна, грошовий обіг, антиінфляційна політика.

Постановка завдання: розглянути інфляцію, її причини, соціально-економічні наслідки, проаналізовано сучасний стан інфляційних процесів України та розглянуто шляхи їх подолання.

Постановка проблеми: Інфляція в Україні та її негативні наслідки є однією із самих актуальних проблем державного управління, яка потребує особливої уваги до вивчення її сутності, причин виникнення, особливостей, закономірностей розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження: Інфляція як наслідок негативних процесів в економіці відома вже кілька століть, представляє собою процес переповнення сфери обігу грошовими знаками понад реальну потребу економіки, що призводить до втрати ними купівельної спроможності та властива більшості економічно розвинутих країн світу.

Інфляція – це процес зростання загального рівня цін в країні внаслідок порушення закону грошового обігу [1].

До основних причин інфляції відносять зовнішні та внутрішні. До внутрішніх причин, у свою чергу, відносять монетарні та не грошові.

Зовнішні причини інфляції такі:

- зростання цін на світових ринках;
- скорочення грошових надходжень від зовнішньої торгівлі;
- від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу.

Внутрішні причини інфляції такі:

- запровадження не розмінних на золото паперових (неповноцінних) грошей;
- розбалансованість економіки держави; монополія держави на грошову емісію;
- монополіє становить великих виробників та встановлення ними монополією високих цін на ринку;
- запровадження непомірно високих податків та відсоткових ставок за кредит [2].

В економіці інфляція проявляється як тривале зростання загального рівня цін, що відображує зниження купівельної спроможності гро-

шової одиниці. Основними факторами інфляції є монетарні та немонетарні.

До монетарних факторів належить перепоповнення каналів грошового обігу грошима, внаслідок чого відбувається знецінення грошей та зниження їх купівельної спроможності.

До немонетарних факторів належать підвищення попиту на товари та послуги, збільшення витрат виробництва, сезонні фактори тощо.

Процес прогнозування інфляції, як відомо, спирається на детальний аналіз минулих тенденцій, оцінки поточної ситуації та майбутніх факторів впливу на цінові процеси. Динаміка індексу споживчих цін з 2010 по 2017 р. представлена на рис. 1.

Як свідчать дані з рис. 1., індекси споживчих цін різні у кожному році. Проаналізуємо сучасний стан. У цілому з 2010 по 2013 р. рівень інфляції був нижчим за 10%. Найвищою інфляція була 2014–2015 рр. Вона була сформована за рахунок трьох основних складників, це: продукти харчування, житлово-комунальні послуги та алкогольні напої і тютюнові вироби.

У 2016 р. відбулося стрімке зниження споживчої інфляції – до 12,4%, тоді як у 2015 р. споживчі ціни зросли на 43,3%. Динаміка споживчих цін у 2016 р. була близькою до прогнозів Національного банку, що публікувалися в інфляційних звітах протягом року та передбачали зростання споживчих цін на 12% за підсумками року. Таким чином, ціль інфляції на 2016 р., визначена Стратегією монетарної політики на 2016–2020 рр. у межах $12\% \pm 3$ п. п., досягнуто.

Основним показником, за допомогою якого вимірюється інфляція в країні, є коефіцієнт інфляції, або індекс споживчих цін, він характеризує загальну зміну цін на товари і послуги у поточному періоді порівняно з минулим.

У табл. 1. наведено індекс інфляції в Україні за період 2010–2017 рр.

Згідно даних з табл. 1., за період, який аналізується, індекс інфляції мав нестійку тенденцію, але найбільшим він був у 2015 році. На основі індексу інфляції можна не тільки проіндексувати заробітну плату або оцінити падіння (або зростання) життєвого рівня працюючих, але й розрахувати

цікавий показник, який умовно можна назвати індексом «інфляційності» прем'єр-міністрів України.

Протягом минулого року тривало підвищення тарифів на всі види послуг ЖКГ:

- електроенергії – на 60,0%;
- холодної води – на 42,0%;
- каналізацію – на 28,3%;
- газ природний – на 42,0%;
- опалення – на 89,3%;
- гарячу воду – на 82,9% [4].

Не припинялося зростання цін на тютюнові вироби (22,9% р/р) та алкогольні напої (21,6% р/р). Ціни на паливо в 2016 р. зросли на 19,5% р/р (12,3% р/р у 2015 р.). Ціни на паливо в 2016 р. зросли на 19,5% р/р (12,3% р/р у 2015 р.). Прискорення зростання цін відображало підвищення цін на нафту на світових ринках та помірну девальвацію гривні. Крім того, у 2016 р. швидше за інші види палива зросли ціни на скраплений газ (24,0% р/р), що пов'язано з його дефіцитом у середині року внаслідок скорочення імпорту з Росії та Білорусі. За результатами 2016 р. прискорилося зростання індексу цін виробників – до 35,7% р/р (із 25,4% р/р у 2015 р.).

Роком справжніх випробувань для української економіки став 2014 рік: загострення ситуації в східних регіонах України призвело до падіння ВВП, погіршення очікувань економічних агентів, знецінення гривні та відпливу депозитів з банківської системи. Погіршення ситуації в економіці та фінансовій сфері мало відповідні інфляційні наслідки. Основними чинниками такої цінової динаміки були зниження обмінного курсу гривні (у січні-серпні 2014 року обмінний курс гривні до долара США на міжбанківському ринку знизився на 66,9% до 13,6 грн./дол. США), погіршення ринкових очікувань та підвищення окремих адміністративно регульованих цін.

Із лютого 2014 року НБУ почав підтримувати політику *плаваючого курсу*, в результаті чого курс долара почав зростати. Це призвело до валютних шоків для бізнесу та населення – їм стало складно прогнозувати валютні коливання. Валютні резерви в лютому 2015 року становили лише \$ 5,6 млрд. При цьому офіційний курс НБУ становив 25 грн. за дол. (чорний ринок – 38 грн.).

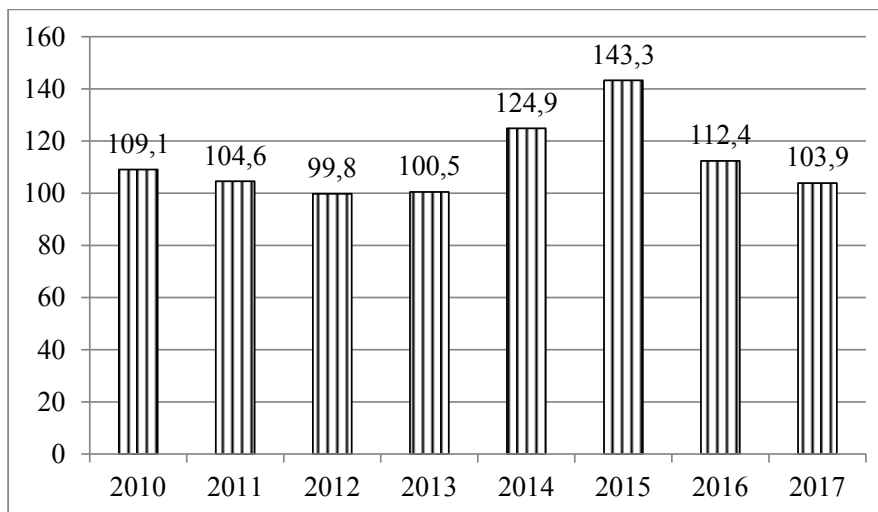


Рис. 1. Динаміка зміни індексу споживчих цін із 2010 по 2017 р., % [3].

Таблиця 1

Зведена таблиця індексів споживчих цін в Україні за 2010–2017 рр., %

Показник	Роки							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
								січень лютий березень
Індекс споживчих цін	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4	101,1 101,0 101,8
	За рік 103,9							

Джерело: [4]

Таблиця 2

Продаж USD на аукціоні НБУ за 2016–2017 рр.

Дата	Заявлені банками курси		Курси по висновкам аукціону			З них по min курсу (%)
	Min	max	min	max	ср.*	
16.01.2017	27,3500	27,7505	27,7000	27,7505	27,7180	35,7
13.01.2017	27,2500	27,7000	27,6000	27,7000	27,6486	7,2
10.01.2017	26,9100	27,2100	27,1000	27,2100	27,1396	24,9
06.01.2017	26,6000	27,0500	26,9000	27,0500	26,9768	14,5
29.12.2016	26,9000	27,2500	27,1000	27,2500	27,1682	8,1
28.12.2016	26,7000	26,9305	26,8500	26,9305	26,8892	20,5
27.12.2016	26,4000	26,6800	26,6000	26,6800	26,6371	22,4

Джерело: [6]

Це пояснюється рефінансуванням НБУ комерційних банків, внаслідок чого банки виходили на валютний ринок, сформувавши великий попит на валюту [5].

З табл. 2 спостерігаємо, що при рості попиту на валюту НБУ належним чином не реагував, тоді як обсяги торгів були менші за 120 млн. грн. Якби в перші дні падіння курсу (27.12.2016) НБУ випустив на ринок \$ 200 млн. за курсом 26 грн. за дол. і при цьому ввів адміністративні заходи проти банків-агентів, які спекулюють. Банки-спекулянти понесли б збитки, а курс залишився б у діапазоні 25,9–26,1 (міжбанк).

Аналіз ВВП у період 2013–2016 рр. показав наявний дисбаланс між показниками рівня номінального ВВП, вираженому в національній валюті (ріст) та в доларовому еквіваленті (падіння). Проаналізувавши дані за відповідні періоди реального ВВП, було встановлено зменшення виробництва. Тому невідповідність росту гривневого показника номінального ВВП пояснюється лише високою інфляцією.

За останні п'ять років Україна вдруге намагається побороти кризовий шок. Кожен із шоків мав свої особливості, в основі кожного були свої чинники і складники. Водночас спільність розгортання кризових процесів в Україні в 2008–2009 рр. і 2013–2016 рр. указує на те, що результати і наслідки двох кризових процесів, імовірно, також можуть виявитися близькими.

В обох випадках серед основних чинників стрімкого зростання цін були:

- стрімка та обвальна девальвація гривні;
- адміністративне підвищення житлово-комунальних тарифів, а низький життєвий рівень населення (а також низька купівельна спроможність) залишався вагомим обмежуючим чинником прискорення інфляції.

Вагомими чинниками, які частково стримали інфляцію, залишалися низький сукупний попит та зниження цін (у доларовому обчисленні) на світових продовольчих ринках. Ціни в промисловості в лютому зросли на 41,0% у річному вимірі.

Зумовлене девальвацією збільшення вартості імпортованої сировини та енергоносіїв, а також підвищення гривневого еквівалента світових цін на товарно-сировинних ринках були основними чинниками промислової інфляції.

Основними методами антиінфляційної політики повинні бути зниження дефіциту державного бюджету, припинення фінансування збиткових підприємств, зменшення непродуктивних витрат, контроль над зростанням заробітної плати, підтримка стабільності грошової одиниці як усередині, так і зовні, тощо. Серед ефективних методів боротьби з інфляцією нами було виділено такі: контроль над грошовою масою; стабілізація інфляційних очікувань населення; збільшення ступеня товарності економіки; зменшення податків; регулювання валютного курсу.

Важливу роль у стабілізації економічної ситуації та приборканні інфляційних процесів в економіках перехідного періоду відіграє держава. Серед основних стабілізуючих заходів мають бути:

- регулювання системи оподаткування (зниження податків і стимулювання виробництва);
- розвиток ринку цінних паперів [7].

Лікування від інфляції легко прописати, але важко застосувати. Так само як надмірний ріст кількості грошей є єдиною важливою причиною інфляції, так і зниження темпів зростання грошової маси є єдиними ліками від інфляції. Проблема полягає не в знанні того, що робити. Це досить просто. Уряд має скорочувати темпи збільшення кількості грошей. Проблема полягає в наявності політичної волі для прийняття необхідних заходів.

Одним антиінфляційним методом є її таргетування – одна з концепцій монетарної політики, що передбачає наявність трьох основних пунктів. По-перше, це законодавче закріплення цінової стабільності як пряма ціль монетарної політики в довгостроковій перспективі; по-друге, оприлюднення центральним банком кількісних цільових показників інфляції на певний часовий період та

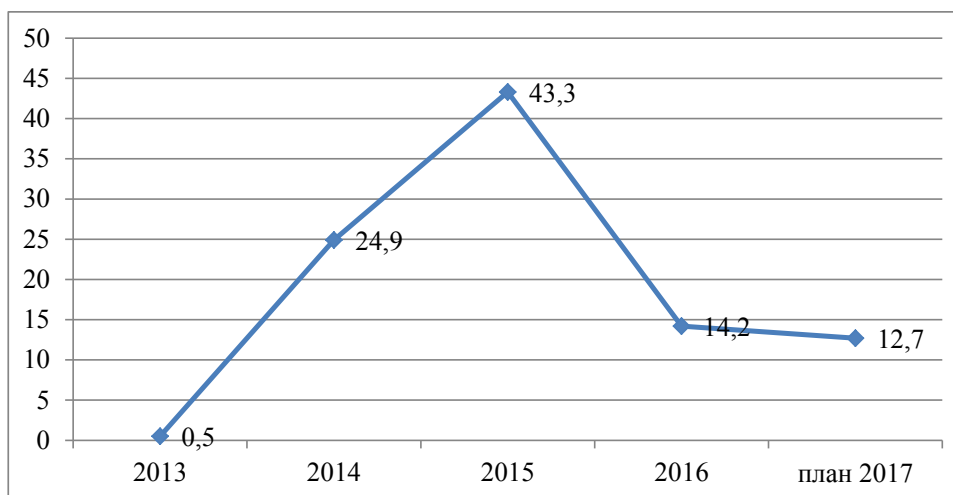


Рис. 2. Динаміка індексу інфляції в Україні за 2013–2017 рр., %

Джерело: [3]

офіційне підкріплення обіцянки їх дотримувати; по-третє, оголошення планів органів влади щодо монетарної політики громадськості.

Другий напрям у реалізації антиінфляційної політики в Україні – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство фінансів України, Міністерство соціальної політики, Антимонопольний комітет України, які відповідали за політику доходів – здійснювались заходи щодо державного контролю за заробітною платою й цінами. Такий контроль полягав у фіксації зарплати і цін на певному рівні («заморожування»), особливо напередодні проведення місцевих виборів [2].

Щоб подолати інфляційні процеси необхідно:

- в антиінфляційних заходах концентрувати увагу на розбудові внутрішнього ринку товарів та послуг, де пріоритетними мають бути мережі засобів прямих поставок сільськогосподарської та продовольчої продукції споживачеві, концентрація цільової державної допомоги сільгосппідприємствам на розвитку мережі закупівлі та зберігання сільгосппродукції, підвищення ефективності використання ресурсів, насамперед енергетичних, як у виробничій сфері, так і в комунальному господарстві, а також побуті [7];

- розробити механізм заміщення зовнішніх запозичень внутрішніми ресурсами, підвищення ролі каналу рефінансування шляхом розміщення

бюджетних коштів у банківській системі та залучення коштів населення;

- посилити спроможність фінансового сектору до ринкової «стерилізації» частини надлишкової грошової маси, що є на руках у населення, через трансформацію вільних коштів громадян в інвестиційні ресурси шляхом розширення спектра цінних паперів для роздрібного продажу та розвитку фінансової інфраструктури, зокрема страхової мережі.

Висновки з проведеного дослідження:

Отже, у наш час інфляція – один із найбільш небезпечних процесів, які негативно впливають на фінанси, грошову систему загалом.

У січні 2017 р. споживча інфляція очікувано прискорилася до 12,6% р/р з 12,4% р/р у грудні 2016 р. За січень ціни збільшилися на 1,1%. Динаміка цін у січні була близькою до прогнозованої Національним банком в Інфляційному звіті (січень 2017 р.). Надалі Національний банк очікує на уповільнення інфляції до 9,1% на кінець 2017 р., що відповідатиме цільовому діапазону $8\% \pm 2$ п. п., визначеному Основними засадами грошово-кредитної політики на 2017 р. та середньострокову перспективу.

Стратегію монетарної політики на 2016–2020 рр. у межах $12\% \pm 3$ п. п., досягнуто. Швидке сповільнення інфляції в 2016 р. відбулося насамперед завдяки послабленню інфляційного тиску.

Література:

1. Жаліло Я. А. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання: аналіт. доп. / Я. А. Жаліло, К. А. Кононенко, В. М. Яблонський [та ін.]; за заг. ред. Я. А. Жаліло. – К.: НІСД, 2014. – 132 с.
2. Николишин Ю. Аналіз інфляційних процесів у незалежній Україні / Ю.І. Николишин, О.В. Кашперська // Інноваційна економіка. – 2014. – № 8. – С. 284–289.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
4. Індекс інфляції України / Фінансовий портал Мінфіну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/infl/>.
5. Рішення Національного банку України «Про Основні засади грошово-кредитної політики на 2017 рік та середньострокову перспективу» від 21.12.2016 № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
6. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua>.
7. Лисенко Р. Сучасні стратегії грошово-кредитної політики / Р. Лисенко // Україна фінансова: інформаційно-аналітичний портал Українського агентства фінансового розвитку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ufin.com.ua>.

Байрамов Михаил Александрович,
Симон Анастасия Павловна
студенты
Университета таможенного дела и финансов
Исхакова Елена Николаевна
старший преподаватель кафедры финансов
субъектов хозяйствования и страхование
Университета таможенного дела и финансов

ИНФЛЯЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье исследуется инфляция как экономическое явление, ее влияние на экономику Украины. Анализируется современное состояние инфляции, возможен инфляционный риск, а также даются советы о роли государства в его нормализации. Инфляция одна из наиболее актуальных проблем современности. Она тесно связана с проблемой занятости населения, безработицей, материальным и духовным благополучием.

Ключевые слова: инфляция, деньги, цена, денежное обращение, антиинфляционная политика.

Byramov Mikhail Aleksandrovich,
Simon Anastasia Pavlovna
Students at the University of Customs and Finance
University of Customs and Finance
Ishakova Elena Nikolaevna
Senior Lecturer of Department of Finance
of Business entities and insurance
University of Customs and Finance

INFLATION: PROBLEMS AND PROSPECTS IN UKRAINE

Summary

The paper investigates inflation as an economic phenomenon and its impact on Ukraine's economy. It analyzes the current state of inflation, possible inflationary risks, and also advises on the role of the state in its normalization. Inflation is one of the most pressing problems of our time. It is closely connected with the problem of employment, unemployment, material and spiritual well-being.

Key words: inflation, money, price, money circulation, anti-inflationary policy

УДК 331.103.22

Брайковська Анна Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри управління і технологій
Державного університету інфраструктури та технологій
Соловійова Ксенія Олександрівна
магістр
Державного університету інфраструктури та технологій

КВАЛІФІКАЦІЯ РОБІТНИКІВ ЯК ЗАПОРУКА АДАПТАЦІЇ ДО ВИМОГ ІННОВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

Зростаючі вимоги суспільства та сучасні європейські стандарти якості надання транспортних послуг вимагають постійного вдосконалення виробничо-технічної бази і технологічного рівня перевезень, реалізації стратегічних цілей розвитку залізничної галузі. Успішне функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища забезпечується наявністю високо розвинутого потенціалу, елементом якого є трудовий потенціал. В статті досліджено особливості вдосконалення системи підготовки та добору кваліфікаційних робітників для належного функціонування підприємств залізниці в умовах її реформування.

Ключові слова: кадрове забезпечення, залізничний транспорт, компетенція, лояльність, підвищення кваліфікації, мотивація.

Постановка проблеми. Реформа транспортної системи України актуалізує необхідність запозичення міжнародного сучасного досвіду до управління залізничним транспортом, застосування нової методики управління, навчання співробіт-

ників новим технологіям. Розвиток залізничного транспорту можливий за наявності кваліфікованого персоналу, який здатен забезпечити високу продуктивність праці, якість транспортних послуг, безпеку перевезень, не допускаючи ава-

рій. Адже незадовільний якісний склад, невисока професійна кваліфікація працівників призводять до низьких виробничих показників, порушень правил експлуатації транспортних засобів, виникнення, так званого «людського чинника» в техногенних аваріях і катастрофах на транспорті. Тому збільшення висококваліфікованого персоналу підприємств залізничного транспорту є одним із важливих завдань не лише адміністрації українських залізниць, але й органів державної влади.

В умовах сьогодення низький рівень фахової підготовки спеціалістів на тлі стрімкого розвитку сучасних технологій перевезень та обслуговування рухомого складу найближчим часом може стати перешкодою для подальшого соціально-економічного розвитку держави. Цей факт актуалізує дослідження проблеми вдосконалення підготовки кадрового потенціалу Укрзалізниць в умовах реформування залізничного транспорту.

Аналіз досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним проблемам збільшення кваліфікованих робітників на залізницях присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них особливо відзначаються роботи таких науковців: Андрєєва О. В., Бакуменко В., Іванова С., Калініченко Л.Л. [1]. Результати дослідження цих вчених довели, що успішне функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища забезпечується наявністю високо розвинутого потенціалу, елементом якого є трудовий потенціал. В той же час, питанням розробки пропозицій щодо збільшення кваліфікованих робітників, яка б відповідала реаліям функціонування галузі та забезпечувала адаптацію її працівників до умов інноваційного середовища, не приділяється належна увага. Саме тому метою статті є розробка пропозицій щодо збільшення відсотку кваліфікованих робітників залізниць.

Мета. Визначити особливості формування системи підготовки та добору кадрів для ефективного функціонування підприємств залізничної галузі в умовах її реформування.

Постановка завдання. Виявлення специфіки провідних тенденцій, на яких базується діяльність і прогресивний розвиток більшості провідних залізничних компаній світу; виокремити особливості системи добору кадрів, профорієнтації та профвідбору для залізниць; охарактеризувати основні методи відбору кадрів та підходи щодо визначення вимог до кандидатів на посаду для підприємств залізничної сфери, які сприятимуть підвищенню фаховості працівників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стабільне та ефективне функціонування залізниць є необхідною умовою для забезпечення обороноздатності, національної безпеки і цілісності держави. На даний час підприємства Укрзалізниць більшою мірою задовольняють потреби суспільного виробництва та населення у перевезеннях. Однак, зростаючі вимоги суспільства та сучасні європейські стандарти якості надання транспортних послуг вимагають постійного вдосконалення виробничо-технічної бази і технологічного рівня перевезень, реалізації стратегічних цілей розвитку залізничної галузі.

Успішне функціонування підприємства в умовах конкурентного середовища забезпечується наявністю високо розвинутого потенціалу, елементом якого є трудовий потенціал. Оскільки компетентність персоналу можливо вважати елементом трудового потенціалу, доцільно розглянути поняття компетентності працівників, його складові (ключові компетенції) та вплив рівня розвиненості компетентності на розвиток трудового потенціалу підприємства.

Компетентність – це ступінь кваліфікації працівника, яка дозволяє успішно вирішувати задачі, що стоять перед ним. Вона визначає здатність працівника якісно і безпомилково виконувати свої функції як у звичайних, так і в екстремальних умовах, успішно освоювати нове і швидко адаптуватися до умов, що змінюються. Виділяють такі види компетентності: функціональна (професійна) компетентність, інтелектуальна компетентність: виражається у здатності до аналітичного мислення і здійснення комплексного підходу до виконання своїх обов'язків; ситуативна компетентність: означає уміння діяти відповідно до ситуації; часова компетентність: відображає уміння раціонально планувати і використовувати робочий час, соціальна компетентність: передбачає наявність комунікаційних і інтеграційних здібностей, уміння підтримувати відносини, впливати, домагатися свого, правильно сприймати та інтерпретувати чужі думки, висловлювати до них відношення, вести бесіди і т.д. [5].

Компетентність, як і будь-яка інша якість особистості, завжди формується і проявляється тільки у процесі відповідної діяльності, за умов глибокої особистісної зацікавленості людини у цьому виді діяльності.

Кадровий потенціал відображає якісну і кількісну характеристики кваліфікованих працівників підприємства, а його розвиток виступає одним із стратегічних напрямків розвитку кожного підприємства. В умовах жорсткої конкуренції для забезпечення стабільного положення на ринку будь-якому підприємству необхідно постійно забезпечувати розвиток здібностей та можливостей його кадрового складу за рахунок безперервного підвищення кваліфікації працівників, здійснення професійної підготовки відповідно до умов зовнішнього середовища та стратегічних цілей розвитку підприємства. Адже чим вищим є рівень компетентності працівників, тим вищим буде сукупний кадровий потенціал, а відповідно й результат діяльності підприємства [8].

Залізничний транспорт України як один з найбільших перевізників в Україні, де працює понад 350 тис. осіб, в цілому забезпечений кваліфікованими кадрами, склад його персоналу оптимізовано як якісно, так і кількісно. На залізницях сьогодні ефективно працює система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів на виробництві. Однак, як і більшість українських підприємств залізнична галузь також має проблеми в управлінні кадровим потенціалом, більша частина яких пов'язана з відсутністю інноваційної спрямованості кадрової політики Укрзалізниць та низьким рівнем використання вдалого досвіду закордонних залізничних компаній в питаннях розвитку персоналу.

До основних причин, які ускладнюють формування висококваліфікованої робочої сили на українських залізницях, можна віднести:

- відсутність на залізничних підприємствах окремих самостійних підрозділів, відповідальних за наймання та формування висококваліфікованих працівників, а також за організацію, управління та якість професійного навчання;
- відсутність прогнозування перспективної потреби в кадрах за професіями, спеціальностями, кваліфікаційними рівнями та джерелами її забезпечення;
- відсутність сучасної методології, методичних підходів щодо добору, відбору претендентів при наймі на роботу, раціонального розподілу працівників за робочими місцями та їхнього ефективного використання;
- недосконалість або й відсутність планів стосовно розвитку персоналу залізниць, обсягів професійного навчання кадрів за професіями, спеціальностями, кваліфікаційними рівнями;
- недосконалість податкового законодавства, особливо що стосується витрат підприємства, пов'язаних із професійним навчанням;
- недостатня заінтересованість адміністрацій залізниць у професійному навчанні кадрів;
- недостатнє стимулювання самих найманих працівників до професійно-кваліфікаційного, кар'єрного зростання;
- недосконалість навчально-програмної, навчально-методичної, навчально-виробничої бази;
- обмеженість фінансових можливостей підприємств здійснювати професійне навчання персоналу тощо.

Можна й впевнено відзначити й те, що діюча на сьогоднішній день система управління кадровим

потенціалом потребує удосконалення в таких напрямках, як: підвищення соціально-економічної привабливості професії залізничника та створення її позитивного іміджу, створення ефективної системи мотивації особистих результатів праці, якості роботи та прояву творчих ініціатив; впровадження набору інструментів для самоосвіти та розвитку персоналу, а також інструментів внутрішніх комунікацій, які б дозволяли обмінюватися досвідом та будувати неформальні зв'язки в організації і професіональні спільноти; удосконалення системи відбору та підготовки кадрового резерву; впровадження сучасних систем оцінки діяльності персоналу для з'ясування потенціалу розвитку працівника та планування його професійної кар'єри; впровадження новітніх технологій залучення талановитих співробітників та розвиток організаційної культури [9].

Для забезпечення залізничних підприємств кваліфікованими робітниками пропонуємо застосувати схему, яка зображена на рис. 1.

Залучення нового персоналу. Характер суспільно-політичних процесів і завдань реформування залізничної галузі політика обумовлює впровадження відбору кваліфікованого персоналу згідно принципів системності й належного наукового забезпечення. Недотримання процедур відбору на відповідні посади призводить до зниження професіоналізму і компетентності працівників залізничі, неоднорідності кадрового складу, що призводить до: невміння працівниками самостійно приймати рішення, застосовувати прийоми наукового прогнозування, вирішення конфліктів. Кадрове забезпечення як складова управлінської діяльності, має на меті створити згуртований, відповідальний, високорозвинений і



Рис. 1. Схема системи забезпечення підприємств працівниками

високопродуктивний трудовий колектив завдяки заходам: планування, набору і розстановки персоналу, формування трудового колективу в рамках організації щоденної роботи з персоналом.

Розумне використання наявних людських ресурсів може дозволити організації обійтися без нового набору. Якщо відчувається недолік в працівниках досить високого рівня і керівництво організації не проти, слід пошукати кандидатів на вакантні посади шляхом просування працівників по службових сходах. Для цього практикується приміщення оголошення про прийом на роботу всередині самої організації. Коли організації потрібні додаткові працівники на короткий строк або додаткова робота має невеликий об'єм, доцільно використовувати внутрішнє суміщення посад. Слід розробити систему додаткових винагород для працівників, які не отримують погодинну оплату. А для працівників, які отримують погодинну оплату, додаткова оплата має бути на увазі [3].

Перевагами залучення персоналу поза рамками структури вагонного депо є:

- більш широкі можливості вибору;
- нові імпульси для підприємства;
- людині з боку легше домогтися визнання;
- прийом на роботу безпосереднім чином покращує потребу в персоналі.

Внутрішньоструктурне залучення персоналу до вагонного депо:

- надання шансів для зростання (підвищує прихильність до підприємства, покращує психологічний мікроклімат на виробництві);
- незначні витрати на залучення;
- знання претендентом даного підприємства;
- знання працівника, уявлення про його вміння;
- підтримання рівня оплати на даному підприємстві (в разі термінового прийому на роботу можлива завищена оплата відповідно до існуючої в даний момент на ринку праці);
- можливість більш швидкого заповнення вакансій;
- звільнення посад для молодих кадрів;
- прозорість кадрової політики;
- керованість за рахунок кадрового планування;
- цілеспрямоване підвищення кваліфікації.

На залізничному підприємстві завжди повинен бути резерв кандидатів на всі посади, з яких організація відбирає найбільш підходящих. При цьому враховуються такі чинники, як вихід на пенсію, плінність, звільнення в зв'язку з закінченням терміну договору наймання, розширення сфери діяльності організації.

Підвищення лояльності співробітників. У системі управління персоналом підприємства в умовах змін і актуалізації людського потенціалу, велике значення слід приділити лояльності персоналу, що являє собою доброзичливе ставлення до організації, яке базується на ціннісних нормах, прийнятих співробітниками і висунутих самою організацією.

Варто звернути увагу на те, що формування лояльності починається не з розробки спеціальної програми, а з послідовної побудови політики компанії в ставленні до своїх співробітників, клієнтів, партнерів. Управління лояльністю пер-

соналу – це процес, що дозволяє підприємству оптимізувати наявний людський ресурс, підвищити ефективність діяльності підприємства за рахунок підвищення якості виконуваних робіт і включення персоналу в роботу підприємства, тобто формування високого ступеня лояльності персоналу.

В перекладі з англійської мови, лояльність означає вірний, відданий – це соціально-психологічна установка на коректне, поважне ставлення до керівництва, колег і компанії в цілому, дотримання прийнятих в ній правил. Згідно з визначенням Владислава Доміняка лояльність персоналу – це доброзичливе, коректне, щире, поважне ставлення до керівництва, співробітників, інших осіб, їх дій, до компанії в цілому; усвідомлене виконання співробітником своєї роботи у відповідності з цілями і завданнями компанії і в інтересах компанії, а також дотримання норм, правил і зобов'язань, включаючи неформальні, відносно компанії, керівництва, співробітників та інших суб'єктів взаємодії [10].

Сучасна система залізничного підприємства стикається з низкою проблем в області управління лояльністю персоналу. Найбільш актуальними є наступні:

- відсутність достатньої інформації у службі управління персоналом про систему «управління лояльністю персоналу»;
- проблема неузгодженості підходів до визначення поняття лояльності персоналу;
- відсутність усвідомлення взаємозв'язку управління лояльністю персоналу та економічної ефективності підприємства;
- використання обмеженої системи способів діагностики рівня лояльності персоналу;
- використання обмеженої системи способів управління лояльністю персоналу;
- відсутність єдиного алгоритму, сприяючого формуванню системи управління лояльністю персоналу.

По суті, формування лояльності – це не стільки наслідок реалізації якоїсь певної програми, скільки результат продуманої політики компанії, дзеркальне відображення ставлення керівництва компанії до своїх співробітників. Тому, одразу слід зазначити чинники, які повинні створювати організація власним працівникам для забезпечення певного рівня лояльності [7].

- увага з боку компанії до працівника (інколи достатньо керівнику поцікавитись справами працівника, як це може миттєво змінити його ставлення до організації);

- минулий позитивний досвід роботи (дуже важливим є ще на стадії прийому працівника на вакантне місце докладніше зупинитись на ставленні фахівця до попередніх місць роботи, на взаєминах його з колишніми колегами; навряд чи озлоблений на весь світ кандидат проявить лояльність на новому місці);

- заохочення за досягнення працівника (нерідко буває так, що виконана робота сприймається керівництвом як належне, навіть не враховуючи виконаного обсягу; у подібних випадках передбаченим розвитком подій стане звичайне просиджування робочого часу: «Навіщо, все одно ніхто не відмітить»);

– забезпечення навчання, підвищення кваліфікації працівників (можливість підвищити свою кваліфікацію без відриву на роботі дуже позитивно позначається на внутрішньому іміджі організації; привертає потенційних кандидатів, які ще не влаштувалися в організацію, але володіють інформацією про хороші перспективи в ній); виконання організацією своїх же правил: дотримання Трудового договору, статуту, встановленої корпоративної культури (інакше красиві слова про цілі, місію, цінності стануть марним звуком і тільки будуть викликати усмішку в рядових працівників, яким, як би того не хотіли керівники, перш за все, цікаві власні цілі: рівень зарплати, кар'єра, соціальний пакет);

– чітко поставлені перед кожним співробітником цілі та завдання (малоймовірно, що лояльність персоналу підвищиться від виконання абстрактних завдань, які потім доводиться переробляти по декілька разів, і кожного разу провина буде саме на працівникові, а не на керівнику, який поставив неясну мету; також до цього відноситься постійна зміна завдань, коли працівник тільки починає щось робити, а в результаті виявляється, що це вже непотрібно, і організація знову й знову міняє «курс» розвитку).

Мотивація співробітників у більшості українських компаній надзвичайно низька. Причина полягає в тому, що політика компаній не спрямована на розвиток своїх працівників та заохочення до кар'єрного зростання, а навпаки позбавляє працівників можливості впливати на свою заробітну плату. Наприклад, в локомотивному депо Київ-Пасажирський свою заробітну плату можна підняти за рахунок отримання вищого розряду. Такий підхід до управління підприємством є набагато ефективнішим. Робітники виконують свої обов'язки, підвищують рівень своєї кваліфікації і отримують від цього фінансову вигоду. Мотивуючи своїх співробітників таким чином, компанія не обмежує їх, а навпаки надає нові можливості та перспективи [4].

Лояльність персоналу до організації формується завдяки особистому сприйняттю працівниками різних організаційних ситуацій, а також попередньому поведінковому досвіду, існуючим цінностям. Організаційна лояльність пов'язана з власними очікуваннями працівника, що відображають мотиви професійної діяльності протягом роботи в організації.

Підготовка та навчання нового та вже працюючого персоналу.

Підвищення кваліфікації – це навчання, направлене на підтримку і удосконалення професійного рівня, знань і умінь персоналу. Для цього організуються виробничі курси, курси цільового характеру, школи передового досвіду і методів праці. Особливістю її є те, що слухачі уже володіють певними знаннями і практичними навиками виконання своєї роботи, можуть критично відноситись до навчального матеріалу, хочуть отримати саме ту інформацію, яка потрібна для виробничої діяльності.

На залізницях сьогодні мало ефективно працює система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів на виробництві. Як і більшість українських підприємств залізнична

галузь має проблеми в управлінні кадровим потенціалом, більша частина яких пов'язана з відсутністю інноваційної спрямованості кадрової політики Укрзалізниці та низьким рівнем використання вдалого досвіду закордонних залізничних компаній в питаннях розвитку персоналу.

Діюча на сьогоднішній день система управління кадровим потенціалом потребує удосконалення в таких напрямках, як: підвищення соціально-економічної привабливості професії залізничника та створення її позитивного іміджу, створення ефективної системи мотивації особистих результатів праці, якості роботи та прояву творчих ініціатив; впровадження набору інструментів для самоосвіти та розвитку персоналу, а також інструментів внутрішніх комунікацій, які б дозволяли обмінюватися досвідом та будувати неформальні зв'язки в організації і професійно-спільноті; удосконалення системи відбору та підготовки кадрового резерву; впровадження сучасних систем оцінки діяльності персоналу для з'ясування потенціалу розвитку працівника та планування його професійної кар'єри; впровадження новітніх технологій залучення талановитих співробітників та розвиток організаційної культури тощо.

Для забезпечення реалізації обраного інноваційного шляху розвитку залізничної галузі необхідно, в першу чергу, розкрити творчий та професійний потенціал робітників, підвищити ефективність та результативність їх праці і всіляко сприяти зростанню залучення працівників галузі у вирішення її корпоративних задач, що можливо досягнути в рамках галузевої стратегії розвитку кадрового потенціалу.

Важливим чинником приведення у відповідність професійної кваліфікації працівників до вимог робочих місць є професійне навчання.

З метою покращення стану організації технічного навчання, підвищення якості професійного складу працівників залізничного транспорту, формування у них вміння працювати в нових економічних умовах та забезпечення на цій основі високої продуктивності праці, а також приведення організації технічного навчання у відповідність до наказів Укрзалізниці. Технічне навчання у відповідності з п. 1.5 Положення про підвищення кваліфікації керівників і спеціалістів залізничного транспорту, затвердженого наказом Укрзалізниці від 24.10.2001 р. № 569-Ц, є однією з форм підвищення професійного рівня працівників, поглиблення професійних знань і навичок, освоєння безпосередньо в умовах виробництва нових технологій і спрямоване на підвищення ефективності та якості роботи, забезпечення безпеки руху поїздів та охорони праці, раціональне використання енергетичних та матеріальних ресурсів, вивчення питань правової та фінансової діяльності підприємств [2].

На залізничному транспорті функціонує потужна та розгалужена система професійного розвитку працівників, яка включає в себе навчальні комплекси безпосередньо на підприємствах галузі та власні навчальні заклади – центри професійного розвитку персоналу (центри професійної освіти). Загалом на залізницях функціонують 11 галузевих професійно-технічних навчальних

закладів, які проводять підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації робітничих кадрів.

Для створення єдиного освітнього середовища та використання тестових програм у 2016 році на регіональний філії «Одеська залізниця» вперше у якості пілотного проекту застосовано програму Adobe Connect, яка дає змогу проводити не тільки он-лайн навчання, а також й вебінари та відеоконференції.

Необхідний засіб вивчення якісного складу кадрового потенціалу організації, його сильних і слабких сторін, а також основа для удосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника і підвищення його кваліфікації полягає в оцінюванні. Оцінювання персоналу розглядається як елемент управління і як система атестації кадрів, ступінь визначення проблематики підвищення рівня кадрів.

Оцінювання персоналу передбачає порівняння певних характеристик людини – професійно-кваліфікаційного рівня, ділових якостей, результатів праці з відповідними параметрами, вимогами, еталонами. Оцінювання персоналу є процедурою, яку проводять з метою виявлення міри відповідності особистих якостей працівника, кількісних і якісних результатів праці нормативним вимогам, поставленим цілям.

Оцінювання підлягають усі категорії працівників, але значущість її для окремих категорій різна. Звичайно, що оцінка особистих і ділових якостей керівників, головних спеціалістів значно складніша, ніж виробничого персоналу. Оцінювання виробничого персоналу – це визначення певних професійних і особистих якостей працівників, виходячи з їх функціональних обов'язків і цілей підприємства, за встановленими критеріями. За таким підходом оцінювання персоналу повинна обов'язково включати психологічний компонент і бути спрямованою на розробку рекомендації з управління як персоналу в цілому, так і окремими працівниками.

У результаті можна передбачити спеціальний відділ або посаду для особи, яка відповідатиме за підготовку та навчання персоналу і виконуватиме такі функції при вирішенні цього питання:

- організація розробки відповідної документації для процедури «Навчання та атестація персоналу», розробка навчальних програм, планів-графіків проведення навчання та інструктажу, атестації співробітників усіх рівнів усіх структурних підрозділів підприємства;
- організація проведення занять співробітників підприємства;
- зберігання всіх матеріалів, що використовуються при навчанні або під час інструктажу;
- організація участі персоналу підприємства в навчанні на курсах, семінарах, конференціях та інших заходах поза підприємством;
- складання або узгодження протоколів проведення власного навчального заходу або інструктажу;
- зберігання програм, планів-графіків, протоколів проведення навчання та інструктажів по кожному структурному підрозділу і по підприємству в цілому;
- занесення в облікову карту співробітника даних про навчання або інструктаж і постійне оновлення інформації;

- зберігання копій документів про підвищення кваліфікації;
- звітування керівництву щодо результативності вжитих заходів.

Інвестиції в персонал підприємства – це усі види майнових та інтелектуальних вкладень, а також витрати часу, що спрямовуються на навчання, професійний та особистий розвиток, охорону здоров'я працівників з метою майбутнього збільшення їх продуктивності праці та лояльності до організації, і як наслідок, – приросту прибутку [1].

На даний час в Україні спостерігається відставання якості робочої сили від потреб економіки. Аналіз діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання показує недооцінку ними значення інвестування у своїх працівників як передумови формування високоякісної та конкурентоспроможної робочої сили.

Можна виділити такі проблеми, які стримують вкладення інвестицій в персонал:

- незацікавленість роботодавців інвестувати у персонал у зв'язку із нечітким баченням ефективності цих інвестицій;
- недостатність фінансових ресурсів для забезпечення інвестицій в людський капітал;
- недостатній рівень заохочення професійного розвитку працівників;
- невпевненість роботодавця щодо лояльності працівників, які проходять навчання, оскільки працівники, які підвищили кваліфікацію, можуть перейти на інше підприємство, що призведе до втрати коштів;
- відсутність єдиної методики оцінки ефективності інвестицій в персонал;
- недостатня мотивація працівників до підвищення свого професійного рівня;
- нерозуміння роботодавцями причинно-наслідкового зв'язку між інвестиціями в персонал та ефективністю діяльності підприємства;
- складність визначення витрат, які необхідно віднести до інвестицій в персонал;
- тривалий період окупності інвестицій в персонал;
- нехтування відмінністю у віддачі від інвестицій в різні категорії персоналу.

Інвестиції в персонал відіграють важливу роль у розробці виробничих та соціальних показників, самої стратегії розвитку організації. Питомо вага витрат підприємств на персонал у собівартості продукції та послуг має виражену тенденцію до зростання. Це обумовлено дією наступних факторів:

- впровадження нової техніки і технологій, що висувають більш високі вимоги до професійно-кваліфікаційного рівня працівників, збільшують витрати на розвиток персоналу;
- зміна законодавства у сфері трудового права, загальнообов'язкового державного соціального страхування, законодавства про зайнятість населення обумовлюють появу нових тарифів на соціальне страхування;
- реформування оплати праці направлене на підвищення рівня номінальної та реальної заробітної плати.

Людський капітал є одним з основних факторів розвитку інноваційної економіки. Висококвалі-

ліфікований персонал поступово стає найбільш цінним та важливим активом організації. В умовах динамічних змін конкурентного середовища підвищення ефективності діяльності підприємства неможливе без здійснення інвестицій у навчання персоналу, розвиток творчих здібностей працівників, гідної оцінки праці.

Висновки з проведеного дослідження. Вирішення питань удосконалення системи управління персоналом на залізничному транспорті лежить у площині покращення галузевої системи підготовки і добору кадрів керівників і фахівців галузі. Таким чином, головна мета стратегії розвитку кадрового потенціалу залізниць полягає в забезпеченні безперервного розвитку персоналу та підвищення рівня залучення працівників в реалізацію інноваційної стратегії розвитку галузі. Досягнення обраної мети стратегії розвитку кадрового потенціалу залізничного транспорту можна забезпечити за рахунок:

- удосконалення системи мотивації та оплати праці залізничників;
- розвитку корпоративної культури;
- покращення системи відбору кадрів та формування кадрового резерву;
- впровадження ефективних механізмів інформування персоналу, що сприятимуть ознайомленню працівників з основними задачами розвитку організації;
- створення ефективної системи безперервного індивідуального навчання та професійного розвитку персоналу за рахунок організації власної бази інтелектуальної власності та знань і на-

лагодження тісних партнерських відносин з профільними освітніми закладами;

– підтримки раціоналізаторських здібностей працівників та стимулювання їх активної участі в розробці та впровадженні нових технологій;

– розвитку адресних механізмів залучення працівників в інноваційну діяльність та реалізації спеціальних галузевих програм професійного удосконалення;

– впровадження системи управління якістю в сфері управління персоналом;

– покращення системи соціальної підтримки працівників за рахунок впровадження принципу адресності соціальної підтримки та збільшення прозорості витрат Укрзалізниці на соціальну сферу;

– розвитку соціальної інфраструктури та реалізації галузевих соціальних програм;

– удосконалення охорони праці та покращення її умов;

– розробки Кодексу корпоративної соціальної відповідальності та організації діяльності Центру управління корпоративними знаннями тощо.

Проведення належної роботи з кадрового забезпечення на залізничному транспорті сприятиме налагодженню більш тісного міжнародного економічного співробітництва та підвищенню конкурентоспроможності українських залізниць на ринку транспортних послуг, дасть можливість ефективно використовувати матеріальні ресурси, засоби праці а також вигідне геополітичне розташування України, збалансувати інтереси залізниць та споживачів їх послуг.

Література:

1. Андреева О. В. Моніторинг інвестиційної діяльності на залізничному транспорті / О.В. Андреева // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. – 2012. – Вип. 19. – С. 168–173.
2. Бакуменко В. Системно-аналітичні засади вдосконалення професійного відбору, підготовки, використання праці фахівців державного управління / В. Бакуменко // Вісник УАДУ. – 1997. – № 2. – С. 28–33.
3. Положення про технічне навчання працівників залізничного транспорту України
4. Іванова С. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час / С. Іванова // М.: Альпина Паблишерз. 2009. – 6-е изд. – 160 с.
5. Економіка підприємства: навч. посіб. / О. В. Березін, Л. М. Березіна, Н. В. Бутенко // К.: Знання, 2009. – 390 с.
6. Калініченко Л.Л. Удосконалення мотиваційної системи на залізничному транспорті / Л.Л. Калініченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 39. – С. 118–124.
7. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
8. Трошан А. О. Використання новітніх технологій добору кадрів на державну службу / А. О. Трошан // Матеріали Міжнародної науково-практичної інте-рнет-конференції «Україна наукова» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org>.
9. Формування лояльності в системі управління персоналом – маркетингом: Доц. О. В. Сардак, канд.ekon.наук–Донецький НУ економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету України, 2012. – Вип. 22.8. – С. 387–392.
10. Менеджмент трудової активності працівників підприємства, М.А. Коваленко, І.І. Грузнов, Л.Є. Сухомлин. – Херсон: Олди-плюс. – 2006. – 288 с.
11. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Родионова, В. И. Доминяк, Г. Жу-шман, М. А. Экземпляров ; под ред. Е. А. Родионовой. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 279 с.

Брайковская Анна Николаевна

кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры управления и технологий

Государственного университета инфраструктуры и технологий

Соловьева Ксения Александровна

магистр

Государственного университета инфраструктуры и технологий

КВАЛИФИКАЦИЯ РАБОЧИХ В ЗАЛОГ АДАПТАЦИИ К ТРЕБОВАНИЯМ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Аннотация

Растущие требования общества и современные европейские стандарты качества предоставления транспортных услуг требуют постоянного совершенствования производственно-технической базы и технологического уровня перевозок, реализации стратегических целей развития железной дороги. Успешное функционирование предприятия в условиях конкурентной среды обеспечивается наличием высоко развитого потенциала, элементом которого является трудовой потенциал. В статье исследованы особенности совершенствования системы подготовки и отбора квалифицированных рабочих для надлежащего функционирования предприятий железной дороги в условиях ее реформирования.

Ключевые слова: кадровое обеспечение, железнодорожный транспорт, компетенция, лояльность, повышение квалификации, мотивация.

Braykovsky Anna Mykolaivna

PhD, Associate Professor

Associate Professor of management and technology

State University of Infrastructure and Technology

Soloviova Kseniia Oleksandrivna

Master

State University of Infrastructure and Technology

QUALIFICATION OF WORKERS AS A GUARANTEE OF ADAPTATION TO THE REQUIREMENTS OF THE INNOVATIVE ENVIRONMENT

Summary

The growing demands of the society and modern European standards of quality of transport services require constant improvement of the production and technical base and technological level of transportation, realization of strategic goals of the development of the railway. Successful operation of an enterprise in a competitive environment is ensured by the presence of highly developed potential, the element of which is the labor potential. In the article the features of improvement of the system of preparation and selection of qualification workers for the proper functioning of the railway enterprises in the conditions of its reform are explored.

Key words: staffing, rail transport, competence, loyalty, advanced training, motivation.

УДК 336.1-049.5]:334.72

Стацук Олена Володимирівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри фінансів та кредиту

Східноєвропейського національного університету

імені Лесі Українки

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ЗАГРОЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

У статті розглянуто етимологію поняття «загроза фінансової безпеки» та узагальнено основні підходи вітчизняних і зарубіжних науковців щодо формулювання сутності «загрози фінансовій безпеці суб'єктів господарювання». На цій основі та з врахуванням особливостей фінансової діяльності корпоративних структур запропоновано власне розуміння поняття загроза фінансової безпеки акціонерного товариства. Автором виокремлено типові характеристики загроз фінансової безпеки акціонерних товариств. Досліджено існуючі системи класифікації загроз фінансової безпеки підприємницьких структур та запропоновано авторський підхід до їх систематизації для акціонерних товариств.

Ключові слова: фінансова безпека, загрози, класифікація загроз, ризик, небезпека, макроекономічні загрози, мікроекономічні загрози.

Постановка проблеми. Необхідною умовою виходу вітчизняної економіки з фінансової кризи є досягнення окремими суб'єктами господа-

рування необхідного рівня фінансової безпеки. Динамічність зовнішнього середовища функціонування акціонерних товариств зумовлює під-

вищення уваги до проблематики підвищення та збереження їх фінансової безпеки. В свою чергу, фінансова безпека корпоративних структур залежить від сили впливу загроз (небезпек) їх фінансовій безпеці, що можуть негативно вплинути на кінцеві результати фінансової діяльності акціонерних товариств.

Постановка завдання. Поняття фінансової безпеки, як і чинників, що її визначають, у економічній літературі не має одностайного підходу до трактування серед теоретиків та практиків. Дослідженнями загроз фінансовій безпеці як окремих суб'єктів підприємництва, так і держави в цілому, займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як І.А. Бланк, Т.Г. Васильців, К.С. Горячева, Л.І. Донець, В.Д. Дорофеев, А.А. Драга, М.М. Єрмошенко, С.М. Ілляшенко, Т.М. Іванюта, Г.В. Козаченко, В.А. Ліпкан, В.П. Мак-Мак, Р.С. Папехін, В.П. Пономарьов та інші. Проте, існуючі дослідження не можна охарактеризувати єдністю підходів, тому проблематика ідентифікації та систематизації загроз фінансовій безпеці акціонерних товариств є актуальною та потребує подальших наукових розробок.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки фінансова безпека підприємства є частиною регіональної складової фінансової безпеки та є структурним елементом фінансової безпеки країни в цілому, то виникає потреба у виявленні основних чинників, що впливають на здатність підприємств досягти необхідного рівня фінансової безпеки [1, с. 142]. Враховуючи вище викладене, фінансова безпека кожного суб'єкта підприємництва стикається із певними загрозами. Під загрозами, як правило, розуміють причини та умови, які створюють небезпеку інтересам суб'єкта господарювання [2]. Етимологічно поняття «загроза» походить з грецької та означає можливість настання окремих подій, що можуть спричинити негативні наслідки для об'єкта впливу. Методологічно у фінансовій науці поняття «загроза» пропонується вченим тлумачити як «можливість нанесення шкоди суб'єктам господарювання з боку окремих чинників, що впливають на передумови їх економічної діяльності» [3, с. 153].

У результаті огляду наукової літератури щодо змістовного наповнення поняття загроз фінансової безпеки, ми прийшли до висновку, що їх найчастіше пов'язують із настанням події, внаслідок якої суб'єкту фінансової безпеки може бути нанесені збитки або спричинені проблеми у його функціонуванні. Ми також вважаємо, що загрози фінансової безпеки акціонерного товариства – це сукупність несприятливих передумов та факторів, що мають комплексний характер, дестабілізують фінансову діяльність акціонерного товариства, спричиняють кризові явища у фінансово-господарській діяльності підприємства та призводять до зниження рівня їх фінансової безпеки.

Аналіз наукової літератури дозволяє нам зробити висновок, що дослідниками також проводяться паралелі між поняттями «загроза», «небезпека» та «ризик». Підходи науковців щодо співвідношення понять «загроза», «ризик» та «небезпека» в науковій літературі мають такі аспекти:

1) ризик є наслідком небезпеки. Такого підходу дотримується Є. Ковалевський [4], Є.П. Кар-

тузов [5], Є.М. Рудніченко [6], та інші науковці. Так, Є. Ковалевський стверджує, що методологічно неправильно ототожнювати ризик із небезпекою, оскільки при цьому відбувається змішування причини та її наслідків. Тому ризик є наслідком небезпеки [4, с. 28]. Є. М. Рудніченко вважає, що ризик на підприємстві виникає тоді, коли воно при виникненні небезпеки буде вирішувати, яким чином можна її оминати [6, с. 190]. Разом з тим, великий тлумачний словник сучасної української мови пропонує таке визначення поняття ризику: «ризик – це усвідомлена можливість небезпеки, а також можливість збитків або неуспіху у якійсь справі» [7, с. 317]. Картузов Є.П. також вважає, що ризик є наслідком небезпеки, що проявляється через такі аспекти: дії, пов'язані із можливою небезпекою їх невдачі; ймовірність виникнення ситуації, що стане передумовою для протидії інтересам та цілям фінансової безпеки підприємства; можливість спричинення незапланованих дій та банкрутства підприємства [5, с. 175].

2) загроза є формою ризику. Прихильниками такого підходу є, Н. Н. Пойда-Носик [8], О.І. Барановський [9], Т.Г. Васильців [10, с. 4], Ж.С. Костюк [11], В.Г. Гусаров [12], М.І. Зубок [12] та інші. Костюк Ж.С. стверджує, що загроза – частина ризику, яка виникає у разі негативного наслідку прийнятого рішення чи невиправданого ризику [11, с. 146]. М.І. Зубок вважає, що загроза – потенційні чи реальні дії певних осіб (юридичних чи фізичних), здатні нанести конкретному суб'єкту матеріальної або моральної шкоди [12, с. 74].

3) загроза є формою небезпеки. Представниками таких положень є як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, такі як: В. Ярочкін [13], М. Єрмошенко [14], К. Горячева [15], Н. Реверчук [16, с. 29], А. Пекін [17, с. 23], Є.А. Олейников [18, с. 10], М.І. Корольов [19]. Зокрема, В. Ярочкін вважає, що ризик є небезпекою, яка відображається в процесі переходу з можливості у дійсність [13, с. 16]. Отже, можемо стверджувати, що зазначені нами науковці ототожнюють поняття загрози та небезпеки. Подібного підходу дотримуються й А. Пекін та вважає, що загроза є конкретною формою небезпеки. Науковець також зазначає, що загроза відображає сукупність умов та факторів, що створюють небезпеку для забезпечення інтересів різних підприємств [17, с. 23]. Так, К.С. Горячева стверджує, що ризик притаманний завжди фінансовій діяльності підприємства і чим вищим є рівень фінансового ризику, тим нижчим є рівень фінансової безпеки [15, с. 4].

Разом з тим, варто відзначити, що вплив загроз фінансової безпеки відбиватиметься і на інших сферах безпеки підприємства (для прикладу, виробничій, технічній, технологічній, кадровій тощо). Це пов'язано із тим, що усі такі загрози так чи інакше призводять до збитків, що відображаються у грошовій формі. Зміна обсягів фінансових ресурсів акціонерного товариства вплине на основні показники його фінансової безпеки. Зростання ролі фінансової діяльності акціонерних товариств у фінансовій системі вимагає пошуку нових методів та інструментів забезпечення ефективності фінансово-господарської діяльності і, як наслідок, зростання рівня їх

фінансової безпеки. З огляду на вище зазначене, надзвичайно важливим етапом у процесі дослідження загроз безпеці акціонерного товариства є ідентифікація саме фінансової їх складової. Систематизація підходів до формулювання сутності поняття «загрози фінансової безпеки» дозволила виокремити нам основні типові характеристики загроз фінансовій безпеці акціонерного товариства. Такі характеристики ми відобразили на рисунку 1.

На даний момент не існує єдиного усталеного підходу також і до класифікації загроз фінансової безпеки не лише акціонерних товариств, а й підприємств, регіонів чи держави в цілому. Тому, доцільним є розгляд існуючих досліджень та на основі їх систематизації із врахуванням особливостей фінансово-господарської діяльності підприємств корпоративної форми власності виокремити ознаки класифікації та види загроз фінансовій безпеці акціонерних товариств. Варто також відзначити, що економічна література часто ототожнює загрози фінансової та економічної безпеки підприємств (або поєднує їх в одне ціле). Частково можемо погодитися із такою позицією авторів, оскільки фінансова безпека логічно є складовою економічної безпеки суб'єктів підприємництва, а тому вони мають окремі спільні характеристики.

Так, О.М. Марченко виокремлює 18 ознак класифікації загроз фінансовій безпеці суб'єктів господарювання. Основними ознаками науковець називає такі: безпосередність впливу, ступінь сформованості, можливість виявлення, джерела виникнення, природа походження, за суб'єктами фінансової безпеки, за об'єктами фінансової без-

пеки, масштаб впливу на підприємство, вплив на вид діяльності, за фінансовими інтересами підприємства, тривалість, ймовірність реалізації, розмір можливих збитків, ймовірність прогнозування, можливість попередження, об'єктивність зумовленості, ступінь суб'єктивного сприйняття, можливість страхування, правовий характер [20, с. 177]. Спірним, на наш погляд, є виокремлення таких ознак класифікації, як розмір можливих збитків, за якою загрози фінансовій безпеці підприємств є трьох видів: з допустимим розміром збитків, з критичним розміром збитків, з катастрофічним розміром збитків. Це зумовлено тим, що для кожного окремого суб'єкта господарювання такий розмір буде різним залежно від масштабів його діяльності, обсягу капіталу, організаційно-правової форми господарювання тощо. Наслідки впливу загрози з допустимим рівнем збитків для малого підприємства може стати критичним для подальшого його функціонування, а для великого підприємства той самий розмір збитків може не нанести суттєвої шкоди для фінансової діяльності суб'єкта господарювання. Окрім того, науковцем не зазначено порогових значень кожного із запропонованих збитків.

Узагальнену класифікацію загроз фінансовій безпеці підприємства пропонують нам такі науковці, як Цвайг Х.І. та Галайко Н.В., у якій виділяють наступні класифікаційні ознаки: місце виникнення, сфера походження, джерело виникнення, можливість реалізації, тривалість дії, ступінь важкості наслідків, суб'єкти загроз [21, с. 183]. Така класифікація, на наше переконання, має деякі дискусійні моменти, а саме – виділення еконо-

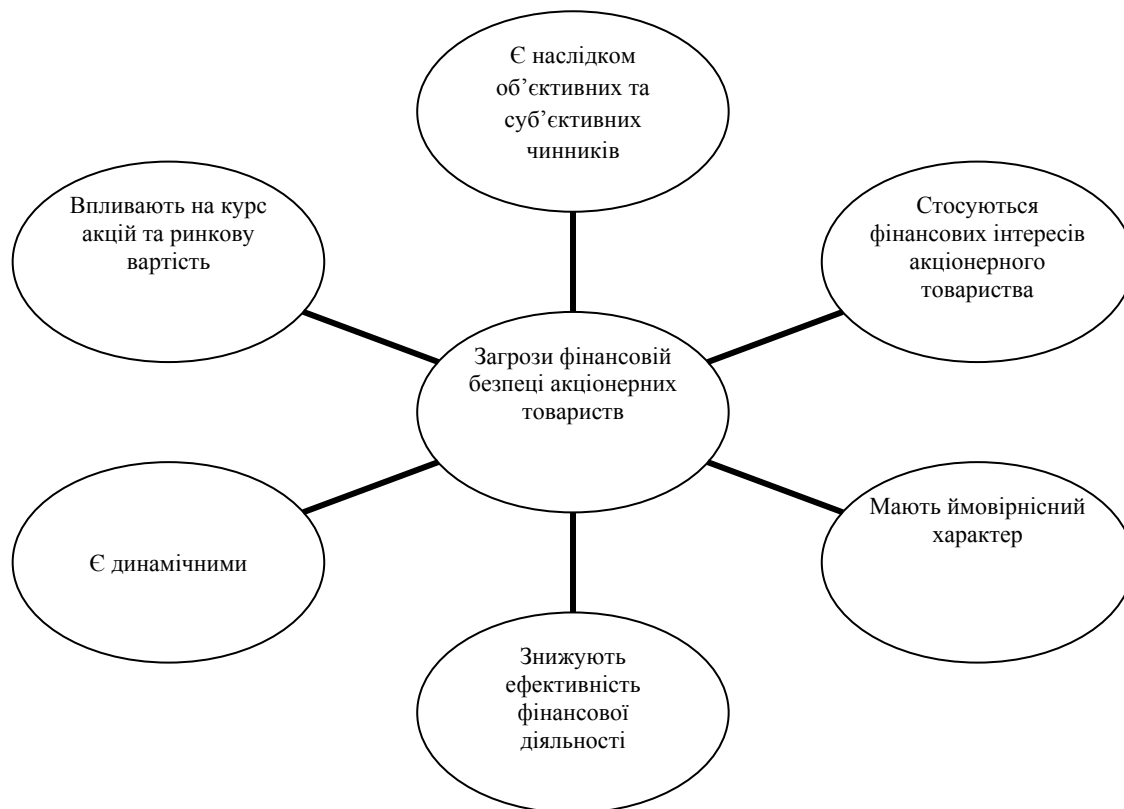


Рис. 1. Типові характеристики загроз фінансової безпеки акціонерних товариств.

Джерело: складено автором

мічних та виробничих загроз у складі загроз фінансової безпеки підприємства за ознакою сфери походження. Проте, науковцями було відзначено, що фінансова безпека є безумовною складовою економічної безпеки підприємства, а не навпаки [21, с. 182]. Тому, виокремлення економічних загроз у складі фінансових суперечить за своєю суттю. Разом з тим, автори зазначають, що брак фінансових ресурсів та інвестицій, відсутність фінансових резервів та кредитів на підприємстві є економічними загрозами його фінансової безпеки. Проте, на наш погляд, такі категорії є фінансовими поняттями, стосуються руху фінансових ресурсів та спричиняють зміни у капіталі суб'єктів господарювання, що, безумовно, стосується їх фінансової діяльності. Вважаємо також, що виробничі загрози варто віднести у цьому контексті до загроз економічній безпеці підприємства в цілому, а не його фінансовій безпеці.

Підхотний О.М., Микитюк Н.О., Вознюк І.П. зазначають, що загрози фінансовій безпеці підприємства можуть бути класифіковані за такими критеріями: 1) за джерелом виникнення – зовнішні та внутрішні; 2) за рівнем тяжкості наслідків – з високою, значною, середньою та низькою тяжкістю наслідків; 3) за рівнем вірогідності – маловірогідні, високовірогідні; 4) за проявом на певному етапі підприємницької діяльності – на етапі створення фірми та в процесі її функціонування; 5) за об'єктом посягань – загрози ресурсам та загрози персоналу; 6) за суб'єктами загроз – з боку кримінальних структур, з боку недобросовісних конкурентів, з боку контрагентів, з боку власних працівників; 7) за формою збитку – загрози прямого збитку та загрози упущеної вигоди [22, с. 121–122].

Аналогічного підходу дотримуються й Гапоненко В. Ф., Беспалько А.Л., Власков А.С., проте пропонують виокремлювати такі види загроз, як: кількісні та якісні. Кількісні загрози пов'язані із зниженням показників діяльності підприємства, а якісні передбачають такі зміни у розвитку підприємства, як банкрутство, корпоративні конфлікти, заморожування банківських рахунків тощо [23, с. 13].

Основними загрозами фінансової безпеки відповідно до Концепції фінансової безпеки України є: 1) низька ефективність бюджетної та грошово-кредитної політики, низький рівень бюджетного контролю, слабкий контроль за використанням кредитних та інвестиційних ресурсів держави тощо; 2) недостатня капіталізація та ненадійність банківської системи України, нерозвиненість сегмента небанківських фінансових установ, низька прозорість та ліквідність фінансового ринку, відсутність дієвих механізмів формування та використання інвестицій, низький рівень довіри до фінансової системи [24].

На наш погляд, зазначені загрози у Концепції фінансової безпеки України швидше відображають проблеми функціонування фінансового сектору. Разом з тим, незрозумілим є принцип саме такого групування загроз фінансової безпеки України. Проте, ми вважаємо, що загрози не завжди можуть спричиняти негативні наслідки, а тому не зовсім коректно відображати лише таку їх ознаку, як форма збитку. В основі таких логіч-

них міркувань лежить те, що загрози акціонерних товариств можуть бути передбачуваними та непередбачуваними. Передбачувані загрози акціонерних товариств є такими, які ми можемо виявити заздалегідь, оцінити міру їх впливу на акціонерне товариство, а також завчасно запропонувати способи мінімізації їх наслідків. Це означає, що акціонерне товариство має можливості оперативно адаптуватися до нових умов функціонування. В такому випадку суб'єкт господарювання економічний отримає ефект у вигляді економії та/або збереження власних фінансових ресурсів, підтримає свій рівень кредитоспроможності та інвестиційної привабливості, не допустить зниження показників фінансового стану. На наше переконання, в такому випадку загрози варто ідентифікувати як детермінанти розвитку акціонерних товариств.

На нашу думку, проблема виокремлення загроз фінансовій безпеці акціонерних товариств має дуалістичний характер, що полягає у наступному. З однієї сторони, недостатній рівень уваги до вирішення проблеми досягнення акціонерними товариствами достатнього рівня їх фінансової безпеки навіть за умови досягнення ними високих показників ефективності фінансово-господарської діяльності може спричинити ситуацію, за якої фінансова діяльність акціонерних товариств стане дуже чутливою до різноманітних загроз та, як наслідок, призвести до припинення ними свого функціонування. Проте, з іншого погляду, зростання в динаміці рівня ефективності фінансової діяльності акціонерних товариств може вплинути на зростання рівня зовнішнього фінансування та, відповідно, призведе до зниження рівня фінансової незалежності корпоративних структур. Такі наслідки негативно вплинуть на рівень фінансової безпеки акціонерних товариств. Саме з цих позицій необхідним є ідентифікація загроз та обґрунтування напрямів їх протидії як в поточному, так і в перспективному періодах.

Спираючись на ключові характеристики фінансової безпеки акціонерних товариств та враховуючи підходи до класифікації загроз фінансової безпеки суб'єктів господарювання, пропонуємо власну класифікацію загроз фінансової безпеки акціонерних товариств. Ступінь наукової розробленості кожної із зазначених ознак класифікації загроз фінансової безпеки акціонерних товариств є різним. Тому, пропонуємо також коротку характеристику кожної із запропонованих загроз. Відтак, вважаємо, що основними ознаками класифікації загроз фінансової безпеки акціонерних товариств є такі:

1) за видом діяльності – звичайної діяльності (виникають у поточній фінансовій діяльності та негативно впливають на досягнення основної цілі його функціонування) та надзвичайної діяльності (виникають в процесі руху фінансових ресурсів внаслідок страхових подій);

2) за джерелом виникнення у господарській діяльності – операційної діяльності (виникають в процесі здійснення товариством своєї основної діяльності), інвестиційної (виникають у акціонерного товариства як у ролі реципієнта інвестицій, так і у ролі інвестора), фінансової (пов'язані зі зміною обсягу використання власного, позикового та залученого капіталу);

3) за напрямом фінансових відносин – макроекономічні (утворюються внаслідок впливу зовнішнього фінансового середовища (є систематичними та не підлягають диверсифікації) та мікроекономічні (є наслідком дій суб'єктів фінансової безпеки акціонерного товариства);

4) за періодом виникнення – при заснуванні акціонерного товариства (виникають на стадії зародження акціонерного товариства та, як правило, пов'язані із рівнем його самофінансування, джерелами фінансування і т.д.), функціонуючого акціонерного товариства (генеруються на стадії активної фінансово-господарської діяльності акціонерного товариства), майбутніх періодів (можуть потенційно виникати у акціонерного товариства в прогнозних періодах);

5) за характером виникнення – об'єктивні (виникають під дією чинників, які притаманні усій фінансовій системі в цілому та здійснюють вплив на кожен окремий суб'єкт господарювання), суб'єктивні (генеруються внаслідок прийняття рішень фінансовими менеджерами, інвесторами, акціонерами, кредиторами тощо);

6) за силою наслідків впливу – допустимі (дозволяють акціонерному товариству відновити свою діяльність у повних обсягах та, як правило, дорівнюють обсягу отриманого прибутку), критичні (дозволяють відновити свою діяльність із незначним рівнем збитків, що можна покрити за рахунок сформованих резервів та не перевищують суми валового доходу акціонерного товариства) та катастрофічні (не дозволяють акціонерному товариству продовжувати свою діяльність, розмір фінансових втрат може бути рівним усьому власному капіталу);

7) за можливістю виявлення – передбачувані (можна виявити наперед, що дозволяє вчасно вплинути на центр їх виникнення), непередбачувані (не піддаються попередній ідентифікації, та призводять до максимально негативних наслідків).

Разом з цим, існуючі дослідження з проблем ідентифікації загроз фінансової безпеки суб'єктів господарювання свідчать, що найбільш поширеною ознакою класифікації загроз фінансової безпеки суб'єктів підприємництва є ознака напрямку фінансових відносин, відповідно до якої розрізняють зовнішні та внутрішні загрози. Такого підходу до поділу загроз фінансової безпеки дотримується Бандурка О.М., Духов В.Є.,

Марченко О.М., Петрова К. Я., Ю.А. Соколов, Галайко, Н.В., Цвайг Х.І., Підхонний О.М., Микитюк Н.О., Вознюк І.П., Єрмошенко М.М., Гапоненко В. Ф., Беспалько А. Л., Власков А. С., Кравчук Н. Я., Колісник О.Я., Мелих О. Ю. та інші науковці та практики.

Ми також вважаємо, що зовнішні загрози можна також трактувати як макроекономічні, а внутрішні загрози – як мікроекономічні. Особливість зовнішніх загроз полягає у тому, що вони генеруються внаслідок здійснення фінансових відносин між окремим акціонерним товариством та іншим суб'єктом фінансової системи держави. Так, загрози бюджетної, грошово-кредитної, валютної, податкової системи прямо або опосередковано впливають на рівень фінансової безпеки корпоративних структур. Відомо, що кожен із зазначених елементів формує свою політику, яка є елементами макроекономічної політики держави в цілому. Тому, відповідно і чинники її формування (загрози) є теж макроекономічними. Зазначимо також, що макроекономічні загрози генерують зовнішні ризики для функціонування акціонерних товариств, такі ризики є систематичними та такими, які не можна диверсифікувати або точно передбачити.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, загрози фінансової безпеки акціонерного товариства – це сукупність несприятливих передумов та факторів, що мають комплексний характер, дестабілізують фінансову діяльність акціонерного товариства, спричиняють кризові явища у фінансово-господарській діяльності підприємства та призводять до зниження рівня їх фінансової безпеки. На цій підставі сформульовано типові характеристики загроз акціонерних товариств, серед яких виділено: динамічний характер, здатність впливати на курс акцій та ринкову вартість корпоративних структур, можуть бути наслідком об'єктивних та суб'єктивних чинників, стосуються фінансових інтересів акціонерних товариств, мають ймовірнісний характер. У результаті наукового пошуку щодо систематизації загроз фінансової безпеки акціонерних товариств запропоновано виокремити такі ознаки їх класифікації, як: вид діяльності, джерело виникнення у господарській діяльності, напрям фінансових відносин, період виникнення, характер виникнення, сила наслідків впливу, можливість виявлення.

Література:

1. Стацук О.В. Зовнішні загрози фінансової безпеки акціонерних товариств / О.В. Стацук // Менеджмент, аудит та фінанси: стан, проблеми та науково-економічний розвиток : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 16–17 грудня 2016 р.). – Дніпро: НО «Перспектива», 2016. – С. 142–143.
2. Ліпкан В.А. Національна безпека України: навч. посібник / В.А. Ліпкан – К.: Кондор, 2008. – 552 с.
3. Духов В.Є. Економічна небезпека та економічні правопорушення / В.Є. Духов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://visnyk.univd.edu.ua/?controller=service&action=download&download=28671>.
4. Мойсєєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. посібник / І.П. Мойсєєнко, О.М. Марченко. – Львів, 2011. – 380 с.
5. Каргузов Є.П. Визначення фінансової безпеки підприємства: поняття, зміст, значення і функціональні аспекти / Є.П. Каргузов // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8 (134). – С. 172–181.
6. Рудніченко Є. М. Загроза, ризик, небезпека. Сутність та взаємозв'язок із системою економічної безпеки підприємства // Економіка. Менеджмент. Підприємство. – 2013. – № 25 (1). – С. 188–195.
7. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад і голов. ред. В. Т. Бусел – К. : Ірпінь: ВТФ – «Перун», 2005. – 1728 с.
8. Пойда-Носик Н.Н. Ризики і джерела загроз фінансовій безпеці акціонерних товариств у сучасних умовах / Н.Н. Пойда-Носик // Фінанси України. – 2013. – № 11. – С. 84–99.

9. Барановський О.І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізм забезпечення) : монографія / О.І. Барановський. – К. : Київ. нац. торг.-еко. ун-т, 2004. – 759 с.
10. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення : монографія / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.
11. Костюк Ж. С. Поняття ризику, небезпеки та загрози як базових категорій розкриття сутності економічної безпеки підприємства // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 43. – С. 143–149.
12. Зубок М. І. Економічна безпека суб'єктів підприємництва / [М. І. Зубок, В. С. Рубцов, С. М. Яременко, В. Г. Гусаров] ; за заг. ред. М. І. Зубка. – К., 2012–226 с.
13. Ярочкин В.І. Система безопасности фирмы / В.І. Ярочкин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2003. – 352 с.
14. Ермошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення : монографія / М.М. Ермошенко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 309 с.
15. Горячева К.С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: автореф. дис. на соискание учён. степени канд. экон. наук / К.С. Горячева. – К.: НАУ, 2006. – 17 с.
16. Реверчук Н.Й. Управління економічною безпекою підприєм-ницьких структур: монографія / Н.Й. Реверчук. – Львів: ЛБІ НБУ, 2004. – 195 с.
17. Пекін А. Економічна безпека підприємств як економіко-правова категорія / А. Пекін // Економіст. – 2007. – № 8. – С. 23–25.
18. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность / под ред. Е.А. Олейников. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 288 с.
19. Королев М. И. Экономическая безопасность фирмы: теория, практика, выбор стратегии : монография / М. И. Королев. – М. : Экономика, 2011. – 284 с.
20. Марченко О.М. Актуальні загрози фінансово-економічній безпеці суб'єктів господарювання України / О.М. Марченко // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – 2011. – № 1. – 171–184.
21. Цвайг Х.І., Галайко Н.В. Загрози фінансовій безпеці підприємства та шляхи їх усунення / Х.І. Цвайг, Н.В. Галайко // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Випуск 11. – С. 181–185.
22. Підхонний О. М. Типологія загроз фінансовій безпеці суб'єктів підприємницької діяльності / О. М. Підхонний, Н. О. Микитюк, І. П. Вознюк // Зб. наук. праць «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2007. – С. 119–123.
23. Гапоненко В.Ф. Экономическая безопасность предприятия: подходы и принципы / В.Ф. Гапоненко, А.А. Безпалько, А.С. Власков. – М. : Изд-во «Ось-89», 2006. – 208 с.
24. Концепція фінансової безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ufin.com.ua/konceptcia/008.doc

Стацук Елена Владимировна

кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры финансов и кредита
Восточноевропейского национального университета
имени Леси Украинки

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ УГРОЗ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ

Аннотация

В статье рассмотрены этимологию понятия «угроза финансовой безопасности» и обобщены основные подходы отечественных и зарубежных ученых по формулированию сущности «угрозы финансовой безопасности субъектов хозяйствования». На этой основе и с учетом особенностей финансовой деятельности корпоративных структур предложено собственное понимание понятия угроза финансовой безопасности акционерного общества. Автором выделены типичные характеристики угроз финансовой безопасности акционерных обществ. Исследованы существующие системы классификации угроз финансовой безопасности предпринимательских структур и предложен авторский подход к их систематизации для акционерных обществ.

Ключевые слова: финансовая безопасность, угрозы, классификация угроз, риск, опасность, макроэкономические угрозы, микроэкономические угрозы.

Stashchuk Olena Volodymyrivna

PhD, associate professor,
associate professor of finance and credit
Eastern European University named after Lesya Ukrainka

SYSTEMATIZATION OF TREATS OF JOIN-STOCK COMPANIES FINANCIAL SECURITY

Summary

The article deals with the etymology of the concept of “threat to financial security” and generalizes the main approaches of domestic and foreign scholars to formulating the essence of “the threat to financial security of economic entities”. On this basis, and taking into account the peculiarities of financial activity of corporate structures, a proper understanding of the notion of a threat to the financial security of a joint-stock company is proposed. The author outlines typical features of the threats to financial security of joint stock companies. The existing systems of classification of threats of financial security of entrepreneurial structures are investigated and the author's approach to their systematization for joint-stock companies is offered.

Key words: financial security, threats, classification of threats, risk, danger, macroeconomic threats, microeconomic threats.

Тищенко Аліна Миколаївна
асистент кафедри туризму,
аспірант кафедри економіки
Національного транспортного університету

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ КРАЇН ЄВРОПИ

Досліджено основні засади розвитку інноваційної інфраструктури країн Європи. Виявлено основні недоліки формування та розвитку сучасної інноваційної інфраструктури. Розглянуто основні елементи розвитку міжрегіональної інноваційної інфраструктури. З'ясовано основні принципи формування та розвитку інноваційної інфраструктури в країнах Європи. Наведено основні етапи формування міжрегіональної політики становлення інноваційної інфраструктурної діяльності. **Ключові слова:** розвиток інноваційної інфраструктури, сучасна інноваційна інфраструктура, комбінована модель, інноваційна модель розвитку, інноваційна діяльність, країни Європи.

Постановка проблеми. Основною метою дослідження в даній статті є розгляд головних аспектів розвитку інноваційної інфраструктури країн Європи. У сучасному глобалізованому світі особливої ваги набуває питання збільшення рівня конкурентоспроможності товарів та послуг, вироблених національною економікою. Цей факт зумовлений інформатизацією та стрімким розвитком технологій не лише у сфері матеріального виробництва, а й комунікацій, що дало змогу проводити збутову та постачальницьку діяльність значно ефективніше, тим самим загостривши конкурентну боротьбу в усіх сферах бізнесу. Основним засобом досягнення переваги за таких умов постає успішна інноваційна діяльність. Все помітнішою стає роль інноваційної інфраструктури – не лише як середовища локалізації інноваційної діяльності, а й фундаменту її провадження та каталізатора розвитку. Саме це актуалізує завдання узагальнення та аналізування світового досвіду становлення та розвитку інфраструктури інноваційної діяльності. Потреба у дослідженні процесу формування інноваційних інфраструктур інших держав породжена необхідністю уникнення ризиків, пов'язаних із можливим повторенням вже зроблених іншими учасниками світового економічного процесу.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні розвитку та ролі інноваційної інфраструктури країн Європи.

Виклад основного матеріалу дослідження. У політиці багатьох країн у галузі розвитку науки і технологій серед основних завдань формування національної інноваційної системи вказано побудову інноваційної інфраструктури. Показник інфраструктури враховується в міжнародних порівняннях, зокрема: при визначенні Глобального інноваційного індексу, Індексу «мережевої готовності», Індексу спроможності до інновацій та інших. Аналіз статистичного матеріалу свідчить про недостатню кількість та якість інноваційної інфраструктури в країнах Європи та зокрема в Україні.

Питання дослідження особливостей національних інноваційних систем зарубіжжя досліджене багатьма як вітчизняними, так і іноземними науковцями. Серед основних напрямків їхніх праць одну із центральних позицій посідає вивчення специфіки виникнення, розвитку та ді-

яльності інноваційних інфраструктур. З іншого боку, незважаючи на наведений у цих наукових дослідженнях матеріал, вони мають переважно описовий характер і пропонують нецілісну картину бачення аспектів проблеми.

О. І. Амоша описав інфраструктуру інноваційної діяльності таких країн, як Франція, Німеччина, Фінляндія, Ізраїль, Китай, Казахстан та Білорусь. При цьому лише особливості інноваційної інфраструктури Фінляндії та частково Ізраїлю були охарактеризовані комплексно, зокрема, показано історичні етапи становлення тих чи інших їх складових, що уможливило відтворити послідовність нарощення механізму інфраструктури інноваційної діяльності [4].

Є.С. Годунова та Т. І. Яковлева охарактеризували досвід європейських країн у побудові інфраструктурної інноваційної діяльності, при цьому розгляд був здійснений крізь призму такого інструменту, як трансфер технологій [6].

Колектив авторів під керівництвом Семиноженка В.П., Гейця В.М. та Кваснюка Б.Є. визначив орієнтири стратегії розвитку на прикладі економік таких країн, як США, Пд. Корея, Росія, Канада, Ізраїль, Індія, а також Японія та Фінляндія, крім того, виокремив відповідні інструменти державної політики та назвав чотири типи інститутів, що визначають контури національної інноваційної системи. По-перше, йдеться про «інститут пріоритетних напрямів інноваційної діяльності», по-друге, про інститут системного оновлення виробництва, по-третє, мається на увазі інститут, який покликаний забезпечувати своєчасне згортання виробництв, що ґрунтуються на застарілих, а отже, неконкурентоспроможних технологіях. Четвертим інститутом пропонується вважати такий, що слугує перманентному удосконаленню державної політики у галузі формування інфраструктури інноваційної діяльності [9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Головною метою цієї роботи є опис специфічних ознак інфраструктурної інноваційної діяльності найрозвиненіших у технологічному плані країн світу, а також тих, що динамічно розвиваються; аналіз основних світових моделей розвитку інноваційних інфраструктур на предмет визначення їх характерних ознак, чинників, якими зумовлена ефективність функціонування, а також міра і спосіб участі держави у стимулюванні розвитку об'єктів-репрезентантів

та загальний напрямок спеціалізації цієї моделі інноваційної інфраструктури

Інноваційна інфраструктура – весь необхідний спектр державних і приватних установ та організацій, які забезпечують розвиток і підтримку всіх стадій інноваційного циклу.

До неї належать:

- виробничо-технологічні структури (технопарки, інноваційно-технологічні центри, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні та інжинірингові фірми, фірми, що роблять імпортозаміщуючу продукцію);
- об'єкти інформаційної системи (аналітичні і статистичні центри, інформаційні бази і мережі);
- організації по підготовці і перепідготовці кадрів в області технологічного менеджменту (поява нової категорії фахівців з комерціалізації результатів науково-дослідної та дослідно-конструкторської роботи);
- фінансові структури (позабюджетні, венчурні, страхові фонди, кредитно-гарантійні організації небанківського сектора, банки, фінансово-промислові групи, орієнтовані на технологічну інноваційну діяльність);
- система експертизи (центри можуть давати експертні висновки для виробників, інвесторів, страхових служб і т. д.);
- система патентування, ліцензування і консалтинга з питань охорони, захисту, оцінки і використання інтелектуальної власності, оцінки комерціалізації наукових результатів;
- розвинута система сертифікації, стандартизації й акредитації [5].

Характер інноваційної інфраструктури європейських країн є різноманітним. Так, Великобританія культивує американську модель, що ґрунтується на венчурному бізнесі та технологічних парках, – 5 із них знаходяться поблизу Оксфордського університету і на них припадає майже третина усіх витрат на наукові дослідження, що проводяться у Великобританії. Значна увага приділяється організації інноваційних кластерів, зокрема у фармацевтичній галузі, де вже успішно функціонують такі структури. Специфіка полягає у тому, що дослідження проводяться переважно на базі університетів, приватні компанії або беруть у них участь, або повністю замовляють та відповідно фінансують.

Франція вибудовує власну, унікальну систему інноваційної інфраструктури, що ґрунтується на принципах розвитку так званих «полісів конкурентоспроможності», тобто інноваційних кластерів, також особлива увага приділяється організації трансферу технологій, що кардинально відрізняється від англо-американської моделі, оскільки в останній трансфер технологій організовується в протилежному порядку – за основу береться наукова розробка, яку необхідно комерціалізувати, тоді як французи акцентують увагу саме на потребі у певній технології [6].

Особливе місце у європейському інноваційно-технологічному просторі посідає Фінляндія – країна, що упродовж останнього десятиріччя незмінно знаходиться у лідерах світових рейтингів конкурентоспроможності. З-поміж складників фінської формули досягнення успіху, поряд із дотриманням дуже високих освітніх стандартів

та конкурсним принципом розподілу коштів на науково-технічні проекти, фігурує розвинена інноваційна інфраструктура.

Що стосується України, у процесі реалізації інноваційної моделі розвитку економіки України, удосконалення інноваційної інфраструктури необхідно враховувати, що інноваційні зрушення в реальному секторі економіки мають здійснюватися у принципово-нових умовах, а саме:

- наростаюче вичерпування природних ресурсів, і особливо тих, що не поновлюються;
- витіснення шкідливих, небезпечних для екології, виробництв із територій розвинених країн, на території країн, що розвиваються;
- екологічна катастрофа, що насувається;
- демографічний дисбаланс;
- зростаюча нерівномірність і розрив в економічному, індустріальному, інформаційному розвитку різних країн світу;
- прискорений розвиток високих наукових технологій та інформаційних процесів відбувається лише в декількох розвинених країнах світу.

Також останнім часом Україна тісно співпрацює з Польщею. Але між Україною і Польщею існує значний розрив за кількістю підприємств, які займалися інноваційною діяльністю. Як в Україні, так і в Польщі, інноваційна діяльність підприємств більшою мірою фінансується за рахунок власних коштів підприємств та організацій: 84,4% і 72,2% відповідно (у 2014 році). На кредити банків припадало 7,3% інноваційних витрат в Україні і 8,6% у Польщі. Через це, як в Україні, так і в Польщі, підприємці основною перешкодою здійснення інноваційної діяльності називають відсутність коштів у межах підприємства. Натомість істотна відмінність між країнами існує у фінансуванні за рахунок інвесторів. Так, в Україні вітчизняні та іноземні інвестори вклали 1,9% від загального обсягу витрат на інновації. Тоді як у Польщі за рахунок іноземних інвесторів було профінансовано 8,6% інноваційних витрат. У Польщі 19,6% інноваційних витрат йшло на дослідження і розробки, 1,0% – на придбання інших зовнішніх знань, 1,7% – придбання програмного забезпечення. Однак, на відміну від України, значно більша питома вага (57,3%) інвестицій в Польщі припадала на машини, техніку, обладнання, транспортні засоби [1; 2; 7].

У Швеції широко впроваджується концепція внутрішніх бізнес-інкубаторів, що створюються й розвиваються всередині великих промислових підприємств, транснаціональних корпорацій тощо. Шведський досвід показав, що бізнес – інкубатори можуть бути ефективним інструментом розвитку бізнес-середовища промислових підприємств, місцем генерування і впровадження інноваційних ідей на базі великих компаній. У країні нараховується близько 80 бізнес – інкубаторів, більшість з яких ІТ-спрямування, проте існують тенденції на їх переорієнтування зі сфери промислового виробництва, яке переноситься у країни третього світу, на сферу послуг (туризм, переробка відходів) у зв'язку із посиленням екологічних вимог.

До найбільш перспективних і привабливих для інвесторів галузей в сфері шведського бізнес-інкубування відносять: ІТ-технології (роз-

робка додатків, захист даних, дизайн, освіта, свіжі та оригінальні ідеї); оптова та роздрібна торгівля; транспортні перевезення; творчі проекти в сферах архітектури та дизайну; сфера туризму тощо [8].

В Німеччині в моделі створення і функціонування бізнес-інкубатору є, по-перше, висока якість підготовки підприємців-новачків (лише 5% підприємств, «вирощених» у бізнес-інкубаторах, банкрутують), і, по-друге, переорієнтація бізнес-інкубаторів з інноваційної сфери на сферу підтримки малого і середнього підприємництва [10, с. 179].

Порівнюючи провідні європейські країни, такі як країни-республіки: Австрія (Відень), Німеччина (Берлін), Франція (Париж), Швейцарія (Берн), Албанія (Тирана), Боснія і Герцоговина (Сараєво), Греція (Афіни), Італія (Рим), Македонія (Скоп'є), Мальта (Валетта), Португалія (Лісабон), Сан-Марино (Сан-Марино), Сербія (Белград), Словенія (Любляна), Хорватія (Загреб), Чорногорія (Подгориця), Естонія (Таллінн), Ірландія (Дублін), Ісландія (Рейк'явік), Латвія (Рига), Литва (Вільнюс), Фінляндія (Гельсінкі), Білорусь (Мінськ), Болгарія (Софія), Молдова (Кишинів), Польща (Варшава), Румунія (Бухарест), Словаччина (Братислава), Угорщина (Будапешт), Україна (Київ), Чехія (Прага) та країни-монархії: Бельгія (Брюссель), Ліхтенштейн (Вадуц), Люксембург (Люксембург), Монако (Монако), Нідерланди (Амстердам), Андорра (Андорра-ла-Велья), Ватикан (Ватикан), Іспанія (Мадрид), Велика Британія (Лондон), Данія (Копенгаген), Норвегія (Осло), Швеція (Стокгольм).

Мета утворення комбінованої моделі розвитку інноваційних інфраструктур – підтримка розвитку окремих регіонів та необхідність комерціалізації науки з метою надолужити відставання від країн-лідерів інноваційної сфери. Мета утворення американської моделі – створення підґрунтя для економіко-технічного домінування. Збереження лідируючої позиції США у післявоєнному світі. Підвищення рівня конкурентоспроможності економіки. Всім країнам Європи окрім Великої Британії притаманна комбінована модель розвитку інноваційних інфраструктур.

Чинники, що зумовлюють ефективність функціонування комбінованої моделі розвитку інноваційних інфраструктур:

1. Розвинена університетська наука.
2. Координація діяльності на міжнаціональному рівні.
3. Внутрішня кооперація та інтеграція інноваційних інфраструктур у рамках ЄС, що сприяє спеціалізації, трансферту технологій та спрощує ліцензування і надання патентів.
4. Високий освітній рівень населення.

Міра та спосіб участі держави у стимулюванні розвитку об'єктів інноваційної інфраструктури. Держава виконує стимулювальну та інтегровальну функції. Йдеться про створення регіональних центрів із поширення інновацій, інституційний супровід розвитку інноваційної інфраструктури, наприкладі Швеції та Фінляндії – субсидування бізнес-інкубаторів державним коштом.

Враховуючи європейський досвід та сучасні вимоги часу, вважаємо, що для поліпшення формування інноваційної інфраструктури потрібно опиратися не лише на комбіновану модель побудови

інноваційних інфраструктур, але й поєднувати також американську і японську модель (не притаманна країнам Європи).

З огляду на це, центральним органам влади Європейських країн необхідно взяти такі заходи:

- розробити державну стратегію та регіональні програми розвитку інноваційної інфраструктури;
- збільшити питому вагу у ВВП витрат на науку, освіту;
- забезпечити створення центрів технологій при вищих навчальних закладах та сприяти збільшенню проведення фундаментальних досліджень у вищих навчальних закладах;
- розвивати мережеві кооперації шляхом створення національних кластерів в напрямку розвитку пріоритетних видів промислової діяльності з високою доданою вартістю;
- науково-дослідної діяльності;
- передових технологій;
- підтримувати посередницькі мережеві структури розвитку інноваційної діяльності;
- зменшити бюрократичні перепони для створення нових форм просторової організації бізнесу;
- розширити фінансові стимули розвитку інноваційної діяльності.

Отже, для підвищення ефективності та подальшого розвитку реалізації інноваційних інфраструктурних інструментів у будь-якій сфері необхідними наступні складові (рисунк 1).

Інноваційна інфраструктура повинна охоплювати усі ланки інноваційного процесу (освіту-науку та науково-технічну діяльність – виробництво – споживання). Їй повинні бути притаманні такі властивості:

1. Поширеність у всіх регіонах, що дасть змогу виконувати на місцях завдання функціонально повного інноваційного циклу: від розробки інноваційної пропозиції, маркетингу і техніко-економічного обґрунтування до впровадження та комерціалізації новачків.

2. Універсальність та гнучкість, що сприяють реалізації інновацій у будь-якій сфері діяльності та адаптивність до швидких змін у розвитку як науки і техніки, так і ринкового середовища.

3. Інформаційна, кадрова та фінансова забезпеченість усіх ланок інноваційної діяльності.

4. Конструктивність, що забезпечує досягнення оптимального остаточного результату.

Інноваційність міжрегіональної політики у контексті сучасної регіональної політики в країнах Європи визначена орієнтацією цього механізму на синергетичний ефект: досягнення стабільного збалансованого соціально-економічного розвитку на загальнонаціональному рівні завдяки підвищенню конкурентоспроможності країн. Реалізація міжрегіональних проектів у сферах інноваційних інфраструктур сприяє поліпшенню соціально-економічної ситуації в країнах, зокрема посиленню економічної взаємодії проблемних територій із регіонами-лідерами; створенню можливості для оволодіння ресурсами – як новими, так і такими, що раніше не використовувалися або використовувалися не у повній мірі.

Висновки з проведеного дослідження. До перспектив подальших досліджень належить



Рис. 1. Складові розвитку реалізації інноваційних інфраструктурних інструментів

Джерело: розроблений автором



Рис. 2. Основні етапи формування міжрегіональної політики становлення інноваційної інфраструктурної діяльності

Джерело: розроблений автором.

вивчення зарубіжного досвіду стимулювання розвитку інноваційної інфраструктури для можливості розроблення відповідного механізму в країнах Європи.

До загальних рис і особливостей державної підтримки інноваційної діяльності в таких країнах Європи можна віднести такі:

1. Пільгові позики надаються, головним чином, малим і середнім підприємствам, пер-

спективним технологічним чи новоствореним компаніям. При цьому умови надання позик істотно відрізняються. Наприклад, у Великобританії встановлено граничний обсяг обороту в 25 млн ф. ст., сума кредитних гарантій – 1 млн ф. ст., термін – 10 років. При цьому гарантії покривають до 75 % кредиту та сплачуються за ставкою 2 % річних від непогашеної кредитної заборгованості.

2. Процентні ставки є невисокими і коливаються в межах від 0 (Німеччина) до 4,5 (Ізраїль).

3. Створення спеціальних агентств фінансування технологій та інновацій (Велика Британія, Франція, Іспанія, Нідерланди, Фінляндія) або ж банків (Німеччина).

4. Щорічно тисячі компаній в усьому світі витрачають лише на дослідження майже 1,5 трлн дол. США. Загальна сума витрат на ринку інновацій, включаючи капітал венчурних фондів, перевищує 25 трлн дол. Більша частина цих грошей зосереджена в Європі, зокрема: – 1,4 трлн дол. становили загальносвітові витрати на науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт у 2011 р. (за даними Battelle Memorial Institute). Майже третина з них – 28 % припадає на сферу інформаційних технологій, 21 % – охорону здоров'я і 16 % – автомобілебудування; – 69 дол. США венчурного капіталу припадає на одного жителя у Швейцарії – це максимальний показник у світі. У середньому на одного жителя планети, за даними дослідницької компанії IESE, припадає 12 дол. США; – на 87 % зросли обсяги венчурного капіталу в розвинутих країнах за останні два роки – за даними ООН. [3]

При цьому істотний вплив на сучасний стан і перспективи розвитку національних інноваційних інструментів мають явища та процеси як внутрішнього, так і глобального характеру, що називаються інноваційними чинниками. На міжнародному рівні це: розвиток мережних

технологій, рівень розвитку освіти, інноваційна спеціалізація держави, поширення серед населення та доступність сучасних інформаційних технологій. Своєю чергою, поряд зі зростанням витрат на науково-дослідні роботи, розвиток інноваційної інфраструктури, підвищення рівня наукових досліджень і якості підготовки спеціалістів є найважливішими чинниками, що забезпечують лідерство країн у науково-технічній сфері.

У даному науковому дослідженні здійснено опис специфічних ознак на-ціональних інноваційних інфраструктур багатьох країн, що є лідерами у розбудові цієї складової інноваційної системи. Як ілюструє досвід розглянутих держав, інноваційні інфраструктурна діяльність є комплексною системою, яка слугує не лише для стимулювання безпосередньо науково-дослідницької діяльності, а й засобом комерціалізації її результатів, саме тому розвиток інноваційної інфраструктури повинен ґрунтуватися на принципах системності та цілісності, тобто для повноцінного та ефективного функціонування однаково необхідними є абсолютно усі ланки.

Саме з метою забезпечення такого комплексного розвитку інфраструктурної інноваційної діяльності важливим є вироблення єдиної цілісної стратегії та активна участь у її реалізації як представників бізнесу, так і державних органів влади не тільки на регіональному та місцевому рівнях, а зокрема на міжрегіональному.

Література:

1. Potencjał innowacyjny gospodarki: uwarunkowania, determinanty, perspektywy [The innovative potential of the economy: determinants, determinants, perspectives] (2016). Varshava [in Polish].
2. Rocznik Statystyczne wojewodztw 2015 [Statistical Yearbook 2015] (2015) Varshava [in Polish].
3. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2011–2012. – Geneva, 2011. – P. 17, 18, 514, 517 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1787/536842640445>.
4. Амоша О.І. Активізація інноваційної діяльності: економічне забезпечення: Монографія / О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землянін та ін. – Донецьк: Інститут економіки промисловості, 2007. – 327 с.
5. Вікіпедія вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
6. Годунова Е.С., Яковлева Т.И. Европейский опыт построения инновационной системы на примере трансфера технологий [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.sibai.ru/content/view/full/1389/1539.
7. Наукова та інноваційна діяльність – Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Стартап-акселератор чи бізнес-інкубатор – Що краще для стартапу? // StartUpLine – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://startupline.com.ua>.
9. Т. 1: Економіка знань – модернізаційний проект України / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б.С. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007. – 539 с.
10. Шевчук Л.Т. Світовий і вітчизняний досвід створення і функціонування бізнес-інкубаторів / Л.Т. Шевчук, А.В. Колодійчук. // Регіональна економіка. – 2013. – № 1. – С. 178–184.

Тищенко Алина Николаевна

асистент кафедри туризму,
аспірант кафедри економіки
Національного транспортного університета

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СТРАН ЕВРОПЫ

Аннотация

Исследованы основные принципы развития инновационной инфраструктуры стран Европы. Выявлены основные недостатки формирования и развития современной инновационной инфраструктуры. Рассмотрены основные элементы развития межрегиональной инновационной инфраструктуры. Выяснены основные принципы формирования и развития инновационной инфраструктуры в странах Европы. Приведены основные этапы формирования межрегиональной политики становления инновационной инфраструктурной деятельности.

Ключевые слова: развитие инновационной инфраструктуры, современная инновационная инфраструктура, комбинированная модель, инновационная модель развития, инновационная деятельность, страны Европы.

Tyshchenko Alina Mykolayivna
Assistant Tourism,
Postgraduate student economics
National Transport University

DEVELOPMENT OF INNOVATIVE INFRASTRUCTURE OF EUROPEAN COUNTRIES

Summary

The basic principles of development of innovation infrastructure of European countries are studied. The main shortcomings of the formation and development of modern innovation infrastructure are revealed. The main elements of the development of interregional innovation infrastructure are considered. The basic principles of the formation and development of innovation infrastructure in the countries of Europe are explained. The main stages of formation of interregional policy of formation of innovative infrastructure activity are presented.

Key words: development of innovation infrastructure, modern innovative infrastructure, combined model, innovative model of development, innovative activity, european countries.

УДК 338.48

Семенов Василь Федорович
доктор економічних наук,
професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеського національного економічного університету
Фадєєва Ганна Ігорівна
студентка
Одеського національного економічного університету

УМОВИ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ І СВІТІ

В статті розглянуто роль та значення ділового туризму в економіці країн світу у сучасних умовах. Проаналізовано динаміку ділового туризму в регіонах світу і в Україні. Досліджено шляхи і перспективи подальшого розвитку ділового туризму в провідних країнах світу, в Україні та в Одеській області.

Ключові слова: міжнародні прибуття, надходження від туризму, туристичні регіони світу, діловий туризм, ринок ділового туризму, об'єм ринку ділового туризму, виїзний туризм, специфіка ділового туризму, географія ділового туризму, потік туристів.

Постановка проблеми у загальному вигляді. За доходами від експорту туризм посідає третє місце в світі після нафтової та хімічної промисловості, випереджаючи агробізнес та автомобілебудування. Витрати іноземних відвідувачів на проживання, харчування, розваги, різні покупки та інші послуги у туристичних напрямках досягли 1220 млрд. доларів (євро 1,102 млрд.дол. США) у 2016 році. Фактично, міжнародний туризм зростає швидше, ніж світова торгівля товарами вже п'ять років поспіль. З одного боку така ж позитивна динаміка характеризує й діловий туризм як один з найуспішніших видів міжнародного туризму. Кращим підтвердженням є той факт, що близько 50% доходів авіакомпаній, приблизно 60% доходів готелів, і понад 70% доходів автопрокатних компаній створюється за рахунок обслуговування ділових туристів. Проте поруч з успішними показниками функціонування ділового туризму як у загальносвітовому, так і у регіональних вимірах є безліч розбіжностей щодо його розвитку. Саме таке становище й зумовлює вивчення особливостей сучасного стану ділового туризму та визначення тенденцій його розвитку в світі та в окремих туристичних регіонах. Просторові аспекти розвитку є актуальними й для розвитку ділового туризму в Україні і в її регіонах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати досліджень проблем розвитку ділового туризму знайшли своє відображення у працях таких українських вчених і фахівців як Кальченко, А., Крикавський, Є., Пшоняна, С., Семенов, В., Тридід, О. та ін. Досліджували проблеми розвитку ділового туризму й зарубіжні вчені: Джеймс Р. Сток, Дуглас М. Ламберт, Б. Річі, Дж. Хендерсон та ін. Регулярно переймаються цими питаннями також періодичні видання провідних організацій у галузі туризму (UNWTO, WTTC, ITP, WTF, IATA). Названі й інші вчені і фахівці приділяють увагу підвищенню ефективності управління туризмом на регіональному рівні, забезпеченню організаційно-господарських, технологічних, фінансових, правових, інформаційних, сервісних та ін. засад формування туристичних потоків [1, с. 150].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатньо уваги приділяється перспективам розвитку окремих видів регіонального туризму, особливо тим з них, що відносяться до категорії «діловий туризм». Більш ґрунтовного вивчення потребують країни, що беруть участь у обміні діловими туристами з Україною, сприяючи розвитку всієї індустрії туризму в країні,

Метою статті є визначення ролі та значення, дослідження сутнісних теоретичних засад ділового туризму та визначення пріоритетних напрямків його розвитку для України, регіонів і, зокрема, Одеської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасному світі туризм є однією з найбільш доходних і провідних галузей світового господарства, що інтенсивно розвивається. Про це свідчить той факт, що за даними ЮНВТО, частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту та близько 30% світового експорту послуг. Кожне 11 робоче місце у світі припадає на сферу туризму. В Україні туризм формує приблизно 1%-2% сукупного ВВП (в країнах Європи – біля 10%), частка експорту туристичних послуг в структурі експорту товарів та послуг в Україні становить 0,7% (в країнах Європи – 30%). За даними Всесвітньої туристичної організації UNWTO, частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4% та близько 0,9% – в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності, у 2017 році зайняла 88 місце з 136 в рейтингу туристичної конкурентоспроможності, який склали експерти Всесвітнього економічного форуму, тоді як в 2013 році вона перебувала на 76 позиції [3]. Проте Україна на світовому ринку туристичних послуг має всі об'єктивні передумови зайняти одне із провідних місць завдяки: особливостям географічного положення, сприятливого клімату, мінімальної кількості кліматичних катаклізмів, великої кількості історико-культурних пам'яток та багатого туристично-рекреаційного потенціалу. В той же час, на думку багатьох авторів, Україна вкрай незадовільно використовує свої потенційні можливості для розвитку туризму. Проблемою є і недосконала система фінансового забезпечення функціонування туристичної галузі в Україні.

Останнім часом в усьому світі на тлі загального економічного розвитку, відбувається інтенсивний розвиток ділових, культурних і наукових зв'язків між регіонами і країнами, будівництво нових і модернізація існуючих підприємств в різних галузях економіки, що обумовлює важливість розвитку індустрії ділового туризму,

з одного боку, і значне пом'якшення сезонного спаду – невід'ємної умови успішного туристичного бізнесу, з іншого. Це, в свою чергу, значно впливає на розвиток національної економіки та її інтеграцію у світовий ринок. Діловий туризм став одним з найбільш прибуткових і має велике значення, з економічної точки зору, для приймаючої країни. Ділові туристи в загальному світовому туристичному потоці становлять близько 25%, проте на них припадає до 60% загального обороту туріндустрії. Статистичні дані говорять про збільшення туристичного потоку в нашу країну. Проте поки що Україна не має значних досягнень у розвитку ділового туризму: у 2016 році 95,3 % іноземних громадян прибули до України з приватною метою, що на 12,5 % більше ніж у 2015 році (89,4 %). І це добре, але, водночас, лише 0,2% – зі службовою метою, що на 0,1% менше, ніж у 2015 році. При цьому ділова мета, як мотивація подорожі до України, складає дуже низький показник (табл. 1).

Не набагато краще виглядає ситуація з мотивацією українців, що виїздили з України: протягом 2016 року 98,5 % українських громадян подорожували до країн світу з приватною метою, що на 6,6 % більше ніж у 2015 р., а зі службовою, тобто діловою метою у 2016 році виїхало лише 0,6% осіб (табл. 2).

Вважається, що індустрія ділових зустрічей приносить у великих містах, в 4 рази більше коштів, ніж організація будь-яких інших масових заходів. Знаючи про це в Україні багато вітчизняних готелів у своїй рекламі стверджують, що вони здатні надати всі послуги, необхідні діловим туристам. Однак, як констатує О. Головка, «лише біля 20% українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту» [4].

Топ-міста для поїздок по Україні не змінюються з року в рік. Це Київ, Львів, Одеса. За ними зі значним відривом йдуть Дніпро і Харків. У 2015–2016 році розподіл лідерів зберігся. На Київ припадає понад половини всіх онлайн-бронювань різноманітних засобів розміщення, Львів – 17%, Одеса – 11%. У категорію «Інші» увійшли такі міста, як Миколаїв, Рівне, Суми, Полтава.

Діловий туризм в Одесі, пов'язаний з функціонуванням на території міста центрів адмі-

Таблиця 1
Мотивація туристичних поїздок іноземних громадян до України у 2014 - 2016 роках

Мета	2014		2015		2016		Приріст 2016/2015
	Осіб	Частка, %	Осіб	Частка, %	Осіб	Частка, %	
службова	46085	0,4	40479	0,3	33007	0,2	↓ 18,5%
ділова	2556	0,0	615	0,0	195	0,0	↓ 3,2 рази
туризм	146804	1,1	137906	1,1	172848	1,3	↑ 25,3 %
приватна	9696854	74,3	11525239	89,4	12963324	95,3	↑ 12,5 %
навчання	1109	0,0	101	0,0	2087	0,0	↑ 20,7 рази
релігійна	1942	0,0	5431	0,0	5501	0,0	↑ 1,3 %
культурний та спортивний обмін	494	0,0	17	0,0	6108	0,0	↑ 359,3 рази
транзит	341709	2,6	461638	3,6	266564	2,0	↓ 42,3%
інша	2811585	21,5	714805	5,5	156282	1,1	↓ 4,6 рази
Всього:	13049138	100	12886231	100	13605916	100	↑ 5,6%

(за даними Адміністрації Держприкордонслужби)

ністративного й бізнес-управління, розвинутою мережею автодоріг, розташуванням міста у близькості від рік Дунай, Дністер, Південний Буг і Дніпро, а також наявністю великих морських портів Одеса, Іллічівськ і Южний – у сполученні з Одеським міжнародним аеропортом і залізницею. Унікальні передумови створюють сприятливі для прийому, обробки, зберігання й транспортування вантажів, обробки потужних пасажиропотоків. Наявність у місті більше, ніж 467 спільних підприємств із іноземним капіталом і т.і., що включають власне ділово (відрядження, зустрічі, переговори, робочі візити, конференції й т. ін.), пізнавальну (знайомство з визначними пам'ятками, культурна програма), рекреаційну (відпочинок, оздоровлення й розваги), – складові, які повинні бути віднесені до туристичної діяльності. Місто Одеса виступає на туристичному ринку України як адміністративна й ділова столиця регіону в певних напрямках подорожей з діловими цілями, однак через те, що місто не є українським центром економічної й політичної активності в порівнянні з Києвом, такий туризм поки не став чіткою спеціалізацією Одеси. Залучення до проведення міжнародних заходів необхідно для підтримки економіки, культури, освіти, медицини. Тому діловий туризм є одним з найбільш значних важелів економіки Одеського регіону. Понад 55% туристичних відвідувань Одеси пов'язані з діловими цілями. Дана тенденція збережеться у довгостроковій перспективі і є підставою для того, щоб уважати діловий туризм основним туристичним сектором Одеси, локомотивом розвитку всієї туріндустрії міста. Аналізуючи міжнародний досвід, наявний туристичний

потенціал Одеси, на першому етапі роботи був зроблений висновок про необхідність орієнтації туристичного сектора міста на розвиток ділового туризму. Ріст туристів, які прибувають з діловими цілями, сприяє розвитку економічних зв'язків Одеси з регіонами України й зарубіжжя, позитивно відбивається на стані міської економіки [3].

Діловий туризм за своєю економічною природою вигідний для Одеси, проте його розвитку і просуванню заважають невирішені проблеми організаційного, економічного, нормативно-правового, науково-технічного, виробничого і фінансового характеру, що в першу чергу, та необхідність у зміні співвідношення ціна/якість. До таких проблем, перш за все, слід віднести:

- відставання у розвитку нормативно-правової бази туристичної галузі та системи державного регулювання і підтримки ділового туризму;

- слабкий рівень інтеграції Одеси в систему розвитку міжнародного співробітництва в галузі ділового туризму;

- недостатнє різноманіття розвитку інфраструктури ділового туризму (засобів розміщення, громадського харчування, транспортних послуг, об'єктів індустрії розваг і ін.);

- відставання в розробці і впровадженні на туристському ринку міста прогресивних технологій туристичного обслуговування і управління;

- недостатня рівень рекламної діяльності з просування туристичних продуктів міста на внутрішній і зовнішній ринки;

- невисокий рівень розвитку наукових досліджень в області розвитку і просування туристичної галузі за участю наукових організацій і навчальних закладів Одеси;

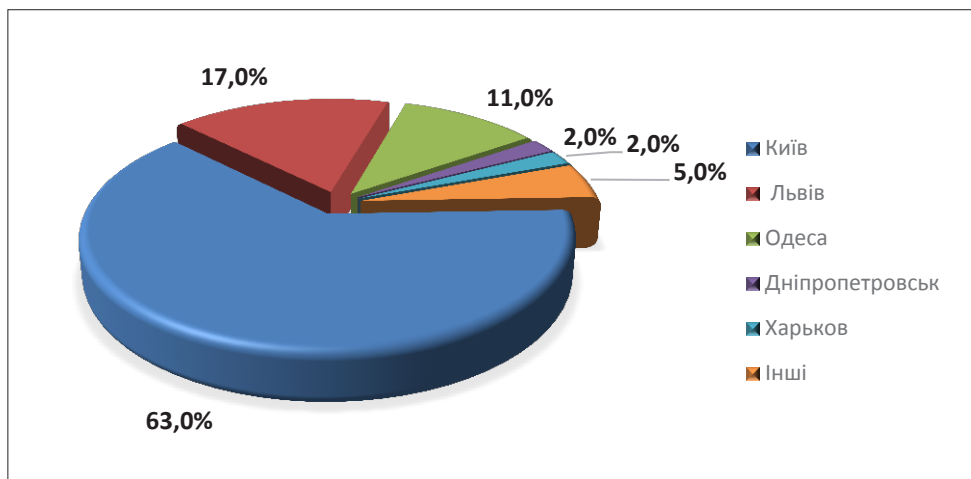


Рис. 1. Бронювання по містах 2015–2016 рр.

Таблиця 2

Мотивація виїзного туристичного потоку з України у 2014–2016 роках

Мета	2014	2015	Приріст 2015/2014	2016		Приріст 2016/2015
	Осіб	Осіб		Осіб	Частка, %	
службова	170720	185170	↑ 8,5 %	156157	0,6	↓ 15,7 %
туризм	201541	206598	↑ 2,5 %	224646	0,9	↑ 8,7 %
приватна	22065410	22779483	↑ 3,2 %	24287430	98,5	↑ 6,6 %
Всього:	22437671	23171251	↑ 3,3 %	24668233	100	↑ 6,5 %

(за даними Адміністрації Держприкордонслужби)

– проблеми в системі підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації туристських кадрів в області ділового туризму.

Для формування позитивних тенденцій в області розвитку і просування регіонального ділового туризму необхідно здійснити комплексне рішення проблем шляхом розробки і реалізації відповідної стратегії, спрямованої на створення сприятливого правового, організаційної та економічного середовища, що забезпечує ефективне управління цим процесом.

В Одесі слабо представлений сектор прокату/аренди автомобілей за доступними цінами. Розширення мережі цих компаній зможе забезпечити транспортні потреби бізнес-туристів. Конгресно-виставочний туризм дозволяє зняти таку гостру проблему, як сезонний фактор у туризмі, оскільки пік виставочної й конгресної активності припадає на зиму й міжсезоння. Недостатня кількість центрів і виставочних комплексів веде до слабого використання резервів туристичної індустрії по напрямку «діловий туризм». На основі проведеної оцінки стану туристичної галузі були визначені можливості й обмеження, переваги й недоліки при формуванні концепції розвитку туризму в Одесі (табл 3).

Порівнюючи сильні сторони й можливості для ділового туризму в Одесі, а також його тенденції, можна виділити основні напрямки розвитку цього виду туризму. Цьому можуть сприяти відкриття нових виставкових площ, будівництво сучасних і комфортабельних готельних комплексів

(2*, 3*, 4*), поліпшення якості доріг, транспортних засобів, зв'язку й інфраструктури.

Тому ядром ділового туризму в Одесі в стратегічній перспективі є турпослуги, орієнтовані на попит з боку управлінської й інноваційної ланки зазначених економічних напрямків.

Таким чином, як пріоритет можна прийняти спеціалізацію Одеси на діловому туризмі певних типів, в орієнтації на зазначені сектори (базові для економіки області й міста), як цільовий ринок. У цьому зв'язку основними факторами розвитку є: наявність достатнього числа готелів, що відповідають міжнародним стандартам якості й задовольняють платіжних спроможностей потенційних туристів; наявність інфраструктури для проведення виставок, ділових зустрічей та конференцій.

Попри те, що існування цілої низки організацій індустрії туризму, орієнтовані на роботу з прийомом та обслуговування ділових клієнтів, сьогодні не існує цілісної методичної бази щодо формування переліку вимог ділових туристів до засобів розміщення, підприємств харчування, транспорту тощо, що відповідно несприятливо позначається на подальшому розвитку інфраструктури Одеси, як ділового туристського центру.

Для розробки пропозицій і рекомендацій щодо вдосконалення управління розвитком ділового туризму в Одеській області, необхідно регулярно проводити комплексне маркетингове дослідження, спрямоване на посилення позицій туристич-

Таблиця 3

SWOT-аналіз розвитку ділового туризму в Одесі

Позитивні фактори	
СИЛЬНІ ФАКТОРИ	МОЖЛИВОСТІ
- Значний природно-екологічний, історико-культурний і рекреаційний потенціал; - Можливість проведення виставок, семінарів і тематичних конференцій; - Наявність культурних й історичних пам'яток світового й всеукраїнського значення; - Наявність суспільних і комерційних організацій, які можуть сприяти розвитку ділового туризму; - Проведення масових заходів ділового й розважального плану, тобто організації подієвого туризму; - Впізнаваність і привабливість образу міста в Україні, СНД і світі;	- Отримання валютного прибутку; - Створення розвиненої туристичної інфраструктури бізнес-напряму; - Розробка нових привабливих туристичних продуктів світового рівня; - Підготовка та навчання персоналу відповідно до вимог світових стандартів в області ділового туризму; - Освіта різного роду форм партнерських міжнародних відносин; - Вигідне географічне положення, що дозволяє залучати туристів (на перетинанні транспортних коридорів: Захід-Схід, Північ-Південь); - Залучення іноземних й українських інвесторів для фінансування розвитку туристичної інфраструктури; - Стійке сприйняття образу Одеси як міста, привабливого для внутрішнього туризму групами споживачів (усередині області, країни, за рубежом);
Негативні фактори	
СЛАБКІ СТОРОНИ	ЗАГРОЗИ
- Недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури бізнес-напряму; - Слабка система просування турпродуктів Одеси на внутрішньому й міжнародному ринках; - Відсутність сучасних якісних систем інформації для іноземних бізнес-туристів; - Невідповідність ціни та якості обслуговування; - Недостатність подій високого рівня, здатних привернути туристів; - Недостатня ефективна маркетингова діяльність; - Відсутність достатньої кількості досвідчених кваліфікованих кадрів; - Незадовільне транспортне сполучення;	- Економічна і політична нестабільність в Україні; - Недостатня підтримка туризму з боку держави; - Ризик міжнародних конфліктів; - Зріст оподаткування та зменшення субсидій з боку держави для туристичних підприємств; - Високі транспортні тарифи; - Інфляція, швидке зростання цін; - Постійні зміни законодавства для організацій індустрії туризму;

ного регіону в конкурентній боротьбі за споживача. Дане дослідження складається з наступних етапів (рис 2) [4].

Аналіз світового та вітчизняного досвіду розвитку ділового туризму; дослідження його тенденцій, вивчення особливостей туристського потоку ділових туристів, які приїжджають до Одеси; виявлення переваг (вимог) ділових ту-

ристів до туристського регіону, до засобів розміщення і транспорту показують, що в сучасних умовах розвиток вітчизняної індустрії туризму можливо за рахунок цілеспрямованого підключення державних, муніципальних і мікроекономічних чинників. В місті Одеса існують близько 50 залів, які можна використати для проведення ділових зустрічей, найбільша з яких може при-



Рис. 2. Етапи методики проведення комплексного маркетингового дослідження стану ринку ділового туризму в туристичному регіоні

Таблиця 4

Рекомендації готелям щодо можливого переліку готельних послуг для ділових туристів

Послуги в готелях	Рекомендації готелям щодо можливого переліку готельних послуг для ділових туристів з різних країн		
	США	Азія	Європа
Факс, ксерокс, послуги пошти	+	+	+
Голосова пошта	+		
багатоканальні телефони	+	+	+
Окреме місце в номері для роботи з додатковим освітленням	+		+
Ергономічні стільці в номері	+		+
Кухонне приладдя (чайник, кавник, холодильник, мікрохвильова піч) в номері		+	+
Приміщення для переговорів	+	+	+
Трансфер з аеропорту	+	+	+
Експрес - виписка з номера	+		+
Експрес реєстрація	+		+
Аудіо-відео системи на прокат	+	+	+
високошвидкісний Інтернет	+	+	+
Прокат автомашин	+		
оздоровчі послуги	+		+
Програми для постійних клієнтів	+		+
Належність готелю до відомої готельної ланцюга	+		
Контингент гостей готелю		+	
Забезпечення безпеки в готелі	+	+	
Різноманітність розважальних платних телевізійних каналів і різні розважальні заклади в готелі		+	
Наявність своєї національної кухні		+	

йняти 1 тис. осіб, чого для міста, що позиціонує себе як національний центр конференцій і конгресів. В європейських містах, більшість заходів для бізнес-туристів проходять у залах місткістю понад 1 тис. осіб. Проте, для розвитку ділового туризму потрібні не тільки готелі й конференц-зали. Треба створювати комбіновані програми перебування ділових туристів у містах, які поєднували б 3–4 дні роботи та 1–3 дні сприятливого відпочинку з наданням як високих стандартів обладнання номерного фонду і обслуговування в готелях (табл. 4), так і надання оздоровчих і інших послуг для ділових туристів. З наведеного вище можна зробити наступні висновки. Існує

безліч напрямків залучення ділових туристів не лише до конкретного регіону країни, а збільшити туристичні потоки в цілому, і вони не обмежені лише однією розглянутою моделлю. В цілому діловий туризм сам по собі є ключовим елементом стимулювання зростання національної економіки для регіонів, яка має визначитися з загальною концепцією і скласти перспективну комплексну програму становлення ділового туризму в Одеському регіоні, що передбачала б ефективне використання наявних і нових готелів, інфраструктури для проведення виставок, ділових зустрічей та конференцій, інсентив-заходів, рекреаційно-туристичних і екскурсійних ресурсів регіону.

Література:

1. Семенов, В.Ф. Управление региональным развитием туризма: навч посібник / Семенов В.Ф., Горбань Г.П. / за ред. В.Ф. Семенова // - Одеса-Сімферополь: ВД: Аріал, 2012. - 340 с.
2. Travel & Tourism 2014 / World Travel & Tourism Council. - London, 2014. - 44 p.
3. Джао, В.Ю. «Управление развитием делового туризма в регионе»: дис.канд.ек.наук. Государственного университета управления. Москва 2007 г. - 17 с
4. Гостиничные услуги должны быть качественными [Электронный ресурс]. URL: <http://sm.od.ua/post/653/>.
5. Семенов, В. Ф. Управление региональным развитием туризма в современных условиях / Колесніченко В. С., Семенов В. Ф. // Регіональна економіка та управління, № 6 (13) грудень 2016 р., с. 40–46.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : Режим доступу – <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Семенов Василий Фёдорович

доктор экономических наук, профессор кафедры туристического и гостинично-ресторанного бизнеса

Одесского национального экономического университета

Фадеева Анна Игоревна

студентка

Одесского национального экономического университета

УСЛОВИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ И МИРЕ

Аннотация

В статье рассмотрена роль и значение делового туризма в экономике стран мира в современных условиях. Проанализирована динамика делового туризма в регионах мира и в Украине. Исследованы пути и перспективы дальнейшего развития делового туризма в ведущих странах мира, в Украине и в Одесской области.

Ключевые слова: международные прибытия, поступления от туризма, туристические регионы мира, деловой туризм, рынок делового туризма, объем рынка делового туризма, выездной туризм, специфика делового туризма, география делового туризма, поток туристов.

Semenov Vasilii Fedorovich

Doctor of Economics, Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business

Odessa National Economic University

Fadieieva Hanna Igorevna

Student

Odessa National Economic University

CONDITIONS AND MODERN TRENDS FOR BUSINESS TOURISM IN UKRAINE AND THE WORLD

Summary

The article investigates the volume of business tourism in the regions of the world, considers the possibilities of business tourism, further prospects of development of business tourism in the leading countries of the world.

Key words: international arrivals, revenues from tourism, tourist regions of the world, business tourism, business tourism market, volume of business tourism market, outbound tourism, specificity of business tourism, geography of business tourism, flow of tourists.

УДК 3336.543.23

Лепетан Інна Михайлівнакандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Вінницького національного аграрного університету**Цуркан Анна Олегівна**студентка
Вінницького національного аграрного університету

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИ ПЕРЕРОБЦІ ПЛОДООВОЧЕВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянута необхідність організації управлінського обліку у підприємствах, основна діяльність яких спрямована на переробку плодоовочевої продукції. Звертається увага на необхідність прогнозування витрат основного виробництва з метою пошуку найбільш доцільних способів переробки плодоовочевої сировини, удосконалення обліку процесу заморожування плодоовочевої продукції.

Ключові слова: управлінський облік, документування, витрати, інформаційна система, плодоовочева продукція.

Постановка проблеми. У сфері аграрного виробництва для забезпечення конкурентних переваг підприємствам надзвичайно важливо розвивати власні потужності з переробки сільськогосподарської продукції. Орієнтація на сировинне забезпечення не забезпечує бажаної рентабельності, оскільки продукція переробки має значно вищу реалізаційну ціну. Розвиток власної переробки (консервування, заморожування, виготовлення напівфабрикатів) – перспективний напрямок розвитку підприємств, що вирощують плодоовочеву продукцію, яка вирізняється відносно нетривалим строком зберігання і вимагає значних капіталовкладень для збереження виробленої продукції в товарному вигляді [5]. Тобто, кожне підприємство, яке займається вирощуванням плодів, овочів та ягід, має або забезпечити належне їх зберігання, або переробку. В таких умовах важливо забезпечити можливість ефективного управління витратами з врахуванням технологічних та організаційних особливостей галузі переробки плодоовочевої сировини, що не завжди знаходить належне відображення в обліку, звітності та інших ланках системи інформаційного забезпечення. Раціональна інформаційна система повинна забезпечити можливість прийняття рішень щодо вибору оптимальних способів зберігання або переробки сировини, адже вони в першу чергу потребують витрат ресурсів та праці. Інформаційна система підприємства повинна формуватися у вигляді комплексної моделі системи управлінського обліку витрат та методів її адаптації до специфіки роботи кожного конкретного підприємства. Практична цінність цілісної моделі обліку полягає у реалізації можливості підвищення ефективності управління витратами основної діяльності суб'єкта господарювання.

Метою дослідження є визначення та характеристика особливостей організації управлінського обліку витрат діяльності на підприємствах, що здійснюють переробку плодоовочевої продукції з використанням передових технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності управлінського обліку в цілому та витрат зокрема займалися провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких О. Бо-

родкін, Ф.Ф. Бутинець, О.Ф. Вербило, С.Ф. Голов, З.В. Гуцайлюк, Л.С. Нападовська, М.С. Пушкар, В.В. Сопко, Л.К. Сук, Ю.С. Цаль-Цалко, М.Г. Чумаченко П.Я. Хомин, М.А. Вахрушина, Г. Велш, Д. Шорт, К. Друрі, Б. Нідлз, А.Ю. Соколов, А. Яругова та інші. Однак, постійні зміни економічних умов та розбіжності в поглядах вчених вимагають подальшого дослідження актуальної тематики практичного використання управлінського обліку.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на існуючі розбіжності в трактуванні сутності управлінського обліку, його змісту, об'єктів та методів спільним для цих визначень є те, що всі вони вважають управлінський облік, нормування, планування, контроль та аналіз взаємодоповнюючими елементами економічного механізму підприємства. Управлінський облік варто розглядати як самостійну обліково-аналітичну інформаційну систему від документування операцій до їх узагальнення у звітних показниках, що використовуються для управління.

Головним завданням для підприємства є раціональна організація управлінського обліку, яка забезпечить можливість вирішення усього спектру завдань, які до нього виставляє управлінський персонал підприємства. Організація управлінського обліку передбачає забезпечення так званої «інформаційної достатності» – мінімально необхідного обсягу інформації для прийняття рішення у відповідній сфері [1].

Для раціональної організації управлінського обліку витрат діяльності переробних підприємств варто в першу чергу врахувати технологічні особливості переробного виробництва. У процесі переробки овочів та фруктів здійснюється випуск основної продукції, утворення відходів та побічної продукції, які теж можуть забезпечувати отримання певної економічної вигоди. Процес організації та ведення управлінського обліку залежатиме від розміру підприємства та його спеціалізації, що є визначним в розподілі ресурсів та їх подальшому використанні. Малі за розмірами переробні підприємства характеризуються високим рівнем мобільності, можуть самі себе забезпечувати достатнім обсягом сировини, швидко переорієнтовуються до

вимог ринку, однак при окреслених перевагах проблемою залишається можливість акумулювання достатнього обсягу коштів для оновлення виробничих потужностей, що в кінцевому результаті призводить до зростання частки ручної праці та витрат на оплату праці. В нинішніх умовах орієнтації на зростання соціальних гарантій збільшення трудомісткості продукції переробки призводить до різкого росту собівартості продукції, що негативно позначається на конкурентній стратегії підприємства. Також для малих підприємств характерними є мінімальні витрати на логістику, адже основна більшість продукції орієнтована на місцеві ринки збуту. Ця особливість досить суттєво впливає на вибір форми організації виробництва у підприємствах з переробки плодоовочевої продукції.

Переробка плодоовочевої продукції відбувається в ході здійснення послідовних стадій (переділів) виробництва, тому при переважній орієнтації підприємства саме на переробку варто врахувати цю особливість при організації виробничого процесу [3].

Аналіз та управління чинниками, що визначають витрати передбачає створення таких умов роботи, які забезпечували б найбільш сприятливе поєднання функціональних можливостей підприємства та його ефективності з точки зору отримання максимального прибутку за рахунок мінімізації витрат [2].

Найсуттєвіший вплив на витрати мають функціональні чинники, тобто ті, які впливають на витрати підприємства і пов'язані з його здатністю успішно функціонувати. Для всіх функціональних чинників «більше» завжди означає

«краще». Перелік функціональних чинників включає:

- залучення робочої сили взяття робітниками на себе зобов'язань з постійного удосконалення з точки зору витрат;
- комплексне (тотальне) управління якістю переконання, ще якість продукції є одним із головних чинників, які забезпечують конкурентну перевагу;
- раціональне використання потужностей вибір найкращого варіанта з тих, які можливі на підприємстві;
- ефективність планування підприємства з точки зору внутрішньозаводської логістики;
- використання зв'язків з постачальниками мі з замовниками в контексті ланцюжка цінності і витрат підприємства [2].

Зрозуміло, що далеко не завжди той чинний чинник може бути проаналізований для конкретного підприємства. Більше того, не завжди вдається успішно управляти кожним із чинників у контексті зниження витрат. Однак з позицій стратегічного управління витратами:

- обсяг виробництва (продажу) не є найсуттєвішим чинником, який пояснює поведінку витрат;
- корисніше пояснювати стан витрат мовою тих структурних альтернатив і функціональної майстерності, які формують конкурентоспроможну позицію даного підприємства;
- не всі стратегічні чинники однаково важливі в досліджуваній момент часу. Необхідно прово-

дити безперервний моніторинг стану підприємства, очікуючи моменту, коли приходить час для кожного з чинників [2].

Організація управлінського обліку залежить від способу переробки сировини. Найбільш перспективним на нинішній момент є заморожування, оскільки підготовка сировини та безпосереднє заморожування здійснюється при мінімальних витратах трудових та енергетичних ресурсів порівняно з іншими способами переробки. Крім того, продукція заморозки користується стабільно високим попитом, що забезпечує гарантію збуту [3]. В управлінському обліку необхідно передбачити можливість зростання витрат на подовження термінів зберігання плодів та овочів (на оплату праці, обслуговування холодильного обладнання, пакування, енерговитрати тощо) та забезпечити обліково-аналітичну оцінку їх доцільності, ефективності та окупності. Адже зростання витрат на зберігання замороженої продукції компенсується можливістю застосування диференційованих цін при її реалізації. Також слід врахувати, що при заморожуванні окремих плодів та овочів витрати можуть збільшуватися за рахунок необхідності додавання цукру, центрифугування або пресування, подрібнення сировини, вартості тари та пакувальних матеріалів тощо.

Процес стратегічного управління витратами є комплексом взаємопов'язаних дій, спрямованих на максимізацію ефективності використання фінансових ресурсів та виконання функцій, що покладені на менеджмент підприємства інвесторами. Тому сьогодні перед кожним підприємством стоїть питання про вибір концепції стратегічного управління витратами, на базі якої можливо провести впровадження такого контролю, що дозволить покращити ефективність діяльності підприємства та інвестиційну політику в цілому. Така стратегія суттєво залежатиме від методології обліку витрат. Правильно обрана стратегія управління витратами дасть можливість підприємствам виграти в нескінченній конкурентній боротьбі [2].

Можна вважати позитивною законодавчу ініціативу, яка передбачає можливість компенсації витрат на будівництво холодильників з регульованим газовим середовищем та ємністю від 500 тонн для зберігання столових сортів винограду та плодів власного виробництва [6].

Незалежно від обраного підприємством способу переробки продукції власного виробництва або заготовленої сировини в ході переробки виникають втрати, брак. При організації управлінського обліку основного виробництва переробного підприємства необхідно виділяти технологічні втрати (постійні, яких уникнути не можливо) та втрати браку (змінні, яких можна уникнути завдяки удосконаленню виробничого процесу та технології).

Важливе місце в процесі обліку витрат основної діяльності переробних підприємств займає облік відходів – вторинних сировинних ресурсів, що містять вітаміни, мікроелементи, клітковину тощо. Однак, подальша (вторинна) переробка відходів плодоовочевої продукції можлива лише протягом нетривалого періоду часу, оскільки

вони дуже швидко втрачають цінні компоненти, а витрати на їх зберігання не виправдано високі. При відсутності технології переробки відходів останні із вторинної сировини перетворюються в джерело забруднення навколишнього середовища. Тому завдання управлінського обліку полягає в забезпеченні інформаційної бази для можливості прийняття рішень щодо вибору оптимального способу переробки отриманих відходів та їх перетворення на додаткову товарну продукцію, що мінімізує витрати на утилізацію та підвищує загальний рівень рентабельності [1].

На організацію управлінського обліку значний вплив має фактор сезонності виробництва, адже переробна галузь залежить від постачання сільськогосподарської сировини, що здійснюється нерівномірно та в кінцевому результаті впливає на випуск продукції переробки. Залежність переробного підприємства від сезонного надходження сировини призводить до обмеженого використання виробничих потужностей, що в свою чергу вимагає оптимізації амортизаційної політики.

Також виникає проблема необхідності розподілу витрат на утримання та експлуатацію обладнання та управління виробництвом, оскільки такі витрати за часом виникнення не співпадають з процесом виробництва. Найкращим шляхом вирішення проблеми негативного впливу сезонного характеру виробництва є виважена логістична діяльність та запровадження прогресивних технологій зберігання заготовленої сировини.

Висновки. Отже, з метою удосконалення обліку витрат основного виробництва в переробних плодоовочевих підприємствах необхідно забезпечити: належне документування витрат та документообіг, орієнтований на оперативне прийняття рішень; класифікацію витрат залежно від розмірів переробного підприємства та його специфіки (способів переробки, які є переважаними для конкретного господарства); удосконалення управлінського обліку витрат на заморожування як найбільш перспективного способу переробки та належного обліку відходів, що дозволяє уникнути можливих додаткових втрат.

Література:

1. Білик І.А. Аналіз організаційно-технологічних особливостей плодоовочевих переробних підприємств та їх впливу на побудову обліку витрат / І.А. Білик // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси» : [зб. наук. пр.] – Луцьк, 2006. – № 3 (12). – С. 6–17
2. Лепетан І.М. Формування концепції стратегічного управління витратами сільськогосподарських підприємств / І. М. Лепетан // Агросвіт. – 2017. – № 10. – С. 20–23.527
3. Нападовська Л.В. Управлінський облік: підруч. для вузів/ Л. В. Нападовська. – [2-ге вид., доопрац. та допов.]. – К.: КНТЕУ, 2010. – 648 с
4. Орлова Н. Я. Заморожені плодоовочеві продукти: проблеми формування асортименту та якості / Н. Я. Орлова, С. О. Белінська. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 336 с.
5. Садовська І. Б. Документування як основна складова інформаційних ресурсів в управлінському обліку/ І. Б. Садовська// Економічний форум. – Луцьк: ЛНТУ, 2011. – № 2. – С. 435–442
6. Соколов А. Рынок полуфабрикатов Украины / А. Соколов // Продукты и ингредиенты. – 2011. – № 8 (83). – С. 56–59
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.03.2017 № 124 «Про розподіл коштів, передбачених у державному бюджеті у 2017 році Міністерству аграрної політики та продовольства для фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників»

Лепетан Інна Михайлівна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського учета
Винницького національного аграрного університета

Цуркан Анна Олеговна

студентка
Винницького національного аграрного університета

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА РАСХОДОВ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ПЕРЕРАБОТКЕ ПЛОДООВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация

Рассмотрена необходимость организации управленческого учета на предприятиях, основная деятельность которых направлена на переработку плодоовощной продукции. Обращается внимание на необходимость прогнозирования затрат основного производства с целью поиска наиболее целесообразных способов переработки плодоовощного сырья, совершенствование учета процесса замораживания плодоовощной продукции.

Ключевые слова: управленческий учет, документирование, расходы, информационная система, плодоовощная продукция.

Lepetan Inna Mykhaylivna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting
Vinnitsa National Agrarian University

Tsurkan Anna Olegivna

Student

Vinnitsa National Agrarian University

PECULIARITIES OF ORGANIZATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF COSTS OF MAIN ACTIVITY IN THE PROCESSING OF FRUIT PRODUCTS

Summary

Considered the necessity of organization of management accounting in the enterprises, the main activity of which is aimed at the processing of fruit and vegetable products. Attention is drawn to the need to forecast the costs of the main production in order to find the most appropriate methods of processing of fruit and vegetable raw materials, to improve the accounting of the process of freezing of the fruit and vegetable production.

Key words: management accounting, documentation, costs, information system, fruit and vegetable production.

УДК 631.4:631.11

Шедяков Владимир Евгеньевич

доктор социологических наук, кандидат экономических наук
независимый исследователь (г. Киев, Украина)

РАЗВИТИЕ САМОДЕЯТЕЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА В ТРУДЕ И УПРАВЛЕНИИ – НЕОБХОДИМОСТЬ АКТИВИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЕСУРСНЫХ БАЗ

Развитие самодетельности анализируется как фактор успешного участия в конкурентной борьбе. Рассматриваются традиции самодетельного творчества (прежде всего, в труде и управлении). Выявляется непосредственная связь творчества (особенно – научно-интеллектуального) со становлением региональной экономики знаний умного общества. Показана роль культивирования общественной среды и точек концентрации желательных перемен.

Ключевые слова: творчество, развитие, труд, управление.

Мы должны брать из прошлого огонь, а не пепел.

Жан Жорес

Постановка проблемы. Развитие многоуровневых регионов (включая культурно-цивилизационные миры) обеспечивается прогрессом в различных плоскостях, в частности технико-технологической, социально-экономической и духовно-нравственной жизнедеятельности. Характер парадигмальных трансформаций и переходного периода реактуализируют регулятивные возможности традиций, однако, организуемых Сверхпроектом в инновационные формы: сами свойства развития в балансе с устойчивостью входят в понимание регионального уровня общественной безопасности [1-5].

Анализ публикаций. Инновационные возможности регионалистики проанализированы с учетом разработок Р. Абрамова, С. Авдониной, А. Бирюкова, Т. Богдан, М. Бушуевой, Т. Доброй, Е. Евдокимовой, Е. Зайцевой, В. Захарченко, А. Каранцевой, Н. Масюк, Л. Матвеевой, М. Моршкиной, А. Никитаевой, Ю. Николаева, В. Осипова, Л. Розановой, С. Тишкова, О. Черновой и др. Теоретико-методологические основания научного освоения данного направления сопряжены также с освоением подходов аналитиков трансформаций социальных целостностей (А. Аверьянов, Ж. Алфёров, Н. Анисимов, В. Арнольд,

В. Афанасьева, Д. Белл, Л. Берталанфи, И. Валлерстайн, С. Гриневская, Ф. Гуаттари, М. Гусельцева, Дж. Гэлбрейт, В. Дрожжинов, Е. Евдокимова, Н. Лапин, М. Кастельс, В. Катасонов, М. Китинг, А. Кобяков, П. Копнин, М. Корнфорт, Р. Косолапов, А. Кротов, С. Кургиян, Дж. Курт, Л. Ларуш, Ж.-Ф. Лиотар, К. Маркс, Л. Матвеева, А. Мигранян, И. Моисеева, Л. Никонова, В. Парето, Т. Парсонс, К. Петров, Г. Рейнгольд, М. Ремизов, Н. Розов, Т. Сакайя, М. Сторпер, В. Фофанов, Й. Хейзинги, О. Чернова, Ф. Шлегель, Ж. Эллюль, А. Этциони); взаимодействия культурно-цивилизационных миров (Р. Арон, А. Ахиезер, А. Ачлей, З. Бжезинский, О. Бисмарк, Т. Богдан, Ф. Бродель, К. Гаджиев, А. Горчаков, Л. Гумилёв, Н. Данилевский, Д. Джангиров, В. Ефимов, А. Зиновьев, В. Ильин, М. Интрилигейтор, Д. Калаич, Г. Киссинджер, А. Кокошин, А. Кравченко, К. Леонтьев, Ф. Лист, Н. Огарков, Э. Ожиганов, А. Панарин, А. Тойнби, В. Федотова, А. Фурсов, М. Хазин, А. Харин, О. Шпенглер); украинского регионального контекста глобальных перемен (Э. Афонин, М. Войнаренко, В. Гец, В. Гринёв, М. Грушевский, В. Дергачёв, М. Драгоманов, Н. Ефремова, Е. Копатько, В. Корнилов, Н. Костомаров, Е. Кушнарёв, В. Малинкович, В. Мед-

ведчук, В. Мещеряков, Н. Можайкина, В. Остапчук, И. Островский, В. Скачко, П. Скоропадский, В. Симоненко, В. Соболев, Е. Соловьёв, В. Суслев, И. Франко, В. Чужиков, Н. Чумаченко и проч.).

Формулировка исследовательской задачи. Основная задача материала – выявление потенциала самодеятельности в региональном развитии.

Изложение основного материала. Длительная эпоха приоритета гонки за уровнем удовлетворения растущих материальных потребностей на базе расходования простого труда зримо выявила свои пределы, связанные с неравномерностью концентрации возможностей и угрозами не только экологии человека, но и всей планетарной экосистеме. Постсовременность же, постиндустриализм и постглобализм усиливают дрейф общественных отношений в направлении повышения роли знания и интеллектоёмким ресурсно-методологическим базам, сращивая их с региональным измерением развития [6–10]. Если ранее человек, как правило, реализовывался в строгих рамках предопределённой рождением жизненной дороги, то сегодня в социальном масштабе свобода выбора в продуцировании смыслов сменила прежнюю свободу от выбора с низведением к животнo-вещной репродукции. Одновременно, духовное творчество как неотъемлемая определённости духовного производства, оказывается крайне чутким к отчуждающим человеческую личность факторам. Вместе с тем, растёт заинтересованность в паразитировании именно на духовной (в частности, интеллектуальной) одарённости, сдвигая акценты в процессах отчуждения.

Однако, отчуждение – принудительная социализация в неприсущих человеку формах – общественно необходима до создания адекватной материального и духовного фундамента самораскрытия человека (и природы им). При этом всеобщность / тотальность отчуждения акцентирует возможности иррационально-превращённых форм в реализации творческой одарённости человека, необходимость раскрывает потенциал свободы. Одним из важнейших измерений прогресса человечества становится мера общественной востребованности реализации глубоко индивидуальной комбинации сущностных сил каждого, соотношение внешнего принуждения и внутреннего побуждения конкретных форм их проявления. На пересечениях осей антропосоциогенеза совершенствуются представления о трёх взаимообуславливающих ипостасях культуры: Истине, Добре и Красоте. Человек приходит, чтобы воплотиться с той полнотой, с какой сможет в существующих обстоятельствах: на животном (поесть, попить, дать потомство, повысить комфорт и т. п.), социальном (занять и использовать более высокую позицию в социуме), творческом (в созидании, в частности, духовно-смысловом). В этом контексте потребитель – «экономическое животное» (Д. Калаич). Соотношение собственно человеческого, святого и звериного начал в отдельном индивиде и в общественном бытии всякого культурно-цивилизационного мира различно. Противоречие родовых сил развёртывается в социальные конфликты, вызывая варианты сублимации. Если внутренняя характеристика сил – их рационально-эмоциональная опреде-

лённость, то внешняя – единство вещественного содержания, форм вещественных и общественных. Вектор подвижности этого баланса формирует разные приоритеты при создании: как в божеественном уподоблении при продуцировании / творчестве смыслов, так и животном – при биологическом репродуцировании / размножении. Звериное начало искушают сытостью. Человеческое – справедливостью в обеспечении реализации идеалов свободы, равенства и братства. И путь социально-экономических реформ – направление укрепления собственно человеческого начала в обществе, соответственно – очеловечивания общественной жизни, гуманизации социально-политических и социально-экономических отношений. Уже продукты труда как стоимость есть лишь вещное выражение человеческого труда, вещная видимость общественного характера труда. Вообще социально-политический регресс – индивидуальная редукция до звериных инстинктов и общественная атомизация – стимулируются средой «сумеречного сознания», ориентирующей на потребительство и накопительство, отвергающей сущностные силы человека в пользу фетишизации вещей и капитала с сопутствующим падением уровня доверия в обществе, эмоциональным упадком и духовной опустошённостью. Однако человечество уже исчерпывает потенциал прежнего типа развития, базировавшегося на стремлении к безграничному хозяйственному экстенсивному росту, требовавшего повышения неравномерности социальных возможностей, экспансии на новые рынки и, следовательно, постоянства потребительского угара и военных авантур. Вместе с тем, оперевшись в непреодолимую преграду угрозы всему живому от устаревающих стратегий, человечество и вынуждено, и имеет всё необходимое, чтобы переходить к акценту на интеллектоёмкие экологичные естественно-природные технологии с приоритетом уважения к окружающей среде и гуманизации общества.

Качество общественных отношений постсовременности и постглобализма сдвигает характеристики общественно-необходимого человеческого труда к творчеству, вытесняя мускульнo-телесные физические и энергетические функции в прерогативы систем машин и автоматов. Создаются социальные основания и материально-техническая база для акцентирования именно творческой способности в профессиональной деятельности человека и вне её. Трудовое начало общественной жизни проявляется в аспектах как стоимостно-праксеологических, так и ценностно-аксиологических. А всеобщность общественных отношений капитала обеспечивает распространённость капитализированной формы богатства, которое и выступает, в частности, капиталом реальным, социокультурным, etc., проявляясь в процессах очеловечивания-овещнения в общественной жизни региона и функции личности в его социокультурной структуре. На наш взгляд, постсовременный и постглобальный динамизм соотношения содержания и форм труда для обеспечения гармонии интересов региона ресурсно-методологическими базами стратегической футуродиагностики и общественного дизайна в

актуализации научно-интеллектуального потенциала предполагает, прежде всего, обеспечение конкретности всеобщего труда, расширение использования условия умного общества для реализации конкретно-всеобщего труда, новые грани сорезонирования процессов индивидуализации соответственно одарённости каждого субъекта деятельности, а также социализации / аккумуляции – в соответствии с общественными условиями труда. Вместе с тем, поскольку сложный труд в условиях структурирования хозяйствования экономикой знаний имеет потенциал развёртывания от прежнего, общественно-случайного, в конкретно-всеобщее положение, имманентные ему структуры стимулирования не просто выходят на передний план, а тоже могут претендовать на уровень конкретно-всеобщих, ориентируя на адекватные изменения в материально-технической базе и социально-политических отношениях. Одновременно место общественной предрасположенности к отчуждённому канону и индивидуального порыва к творчеству заняла общественная потребность в творчестве, дополняемая индивидуальной склонностью к бегству от сложностей свободы [11; 12]. Так, вооружённость интеллектом и техникой тем более требует прочного социокультурного основания. И если ранее, зачастую, на первый план выходила связь аморальности с расширением диапазона выбора, принося успех отсутствию нравственного ригоризма, то теперь этическая неразборчивость граничит с фатальной опасностью для ойкумены. Именно нравственные стержни через традиции, устои, обычаи создают и оберегают общество и его экономику. Соответственно, вопрос распространения социально ответственного поведения приобретает кардинальное значение. При этом аккумуляция / социализация формирует две альтернативные стратегии: борьбы либо за свою цивилизацию, либо за себя (с присоединением к ценностям ныне наиболее успешной).

Между тем, изменение роли творческой активности для региона неминуемо расширяет круг участвующих в принятии решений, размывая деление на управляющих и управляемых. Отсюда, в частности, – усиление тенденции к реализации функций «добровольчества», появлению разнообразных «активистов». Феномен добровольной деятельности известен издавна, однако ныне он становится важнейшим фактором глобальных, региональных и национальных трансформаций. Его усиление отражается в формах социального и индивидуального самодеятельного творчества, проявляется в разнообразии волонтерства, осуществляется в преломлении досуга и гражданской активности, общественно ответственного поведения и самореализации. Одновременно создаются условия и для маскировки под него разнообразных корыстных интересов и противоправных действий. Для повышения степени заинтересованности населения региону крайне важно построить систему организационно-управленческих отношений, базирующуюся не на страхе или финансовом (а то и внеэкономическом) насилии, а на взаимоуважении и творческом поиске. Отсюда – и необходимость относиться к со-труднику (и со-управляющему),

как не к подчинённому, а к коллеге, наладить человеческие и партнёрские отношения. Потому и магистральный путь эффективных реформ – направление укрепления собственно человеческого начала в обществе, соответственно – очеловечивания общественной жизни, гуманизации социально-политических и социально-экономических отношений. Вовсе не формальные конструкты, а качество жизни и возможности творчества определяют прогресс страны, а новые горизонты развития открываются там, где общественное устройство максимально способствует реализации творческого потенциала.

Так, отечественная история включает в себя, например, опыт институтов милиции как вооружённой самообороны народа, народных заседателей в судах, советов народных депутатов, профессиональных союзов и объединений по интересам, добровольных народных дружин и комитетов народного контроля, движения ГТО / БГТО (ДОСААФ) и разнообразия кружков юных натуралистов, юных помощников милиции, юных санитаров и т.п., ополчений, трудармий и субботников и т.п. Наряду с ЖЭКами существовали институты жилищного актива, председателей подъездов и многоквартирных домов (бесплатно, на выборных началах). Причём творчество и добровольная деятельность воспитывались изначально на уроках, во внеклассной школьной жизни и вне школ, активизируясь в октябрятских звёздочках и пионерских дружинах, в Домах детского и юношеского творчества, клубах политдискуссий и самодеятельной песни, добровольных движениях активистов-помощников (тимуровцев). Воспитывалась культура не только высших мировых достижений и напряжённого труда в команде, но и самоуправления. Там же и на школьных факультативах проходила и специализация по характеру личной одарённости. Функционировала разветвлённая сеть территориальных и специализированных (в т.ч. по возрасту) библиотек, бесплатных и легкодоступных пионерских лагерей. Формировалось и представление о разделении ответственности и функций: с одной стороны, председатель пионерской дружины, с другой, – староста класса. Или же: комсомольская выборность вплоть до секретаря комитета комсомола школы – и разноуровневое руководство ученического / школьного актива. А перестройка актуализировала самые разные неформальные объединения и дискуссионные клубы [13–16].

Впрочем, возможности найти себя соответственно своим способностям, интересам и потребностям были неоднородны. И сегодня в украинских условиях уже не говорят на студенческих транспортных маршрутах о содержательных моментах науки и производства – приоритеты реально изменились. Теперь (и это активно поддерживается выделением под ответствующие развлекательные программы лучшего телевизионного времени, передовых страниц популярных газет и т.п.) молодёжь занята «танцами на майдане», песнями в разнообразных «голосах страны», бессмысленными викторинами и т.п. Участие в политических акциях – преимущественно средство заработать

и «потусить». А кумиры – среди спортсменов, певцов, танцоров. Вопреки тенденциям динамики социального развития объёмное восприятие разнообразия мира пытаются сводить к линейной логике: получить и потратить для комфорта и удовольствия деньги. Таким образом, на данный момент в фокусе генерализующего восприятия – техники не созидания, а заполучения и расходования денег. Вряд ли сохранение такого подхода способствует выращиванию будущего; подлинные лидеры (региональные, национальные, мировые) вырастают, впитывая понятия долга, чувство исторической ответственности и требования жёсткой дисциплины / самодисциплины мыслей, чувств, действий. В частности, не удалось преодолеть социокультурные различия самореализации в условиях города и деревни, мегаполиса и посёлка. Это стало дополнительным резервуаром как направленной миграции, так и протестных движений. Реактуализация регионалистики ориентирует как на поиск и культивирование «точек развития», позволяющих запустить цепную реакцию позитивных трансформаций, так и на поддержание благотворной для вектора перемен среды региональной идентичности [17-19]. Т.о. обеспечение кластерно-синергетичной эффективности инноваций и подготовка цепной реакции последующих трансформаций требует концентрации (территориальной локализации, целевого выделения, методологического очерчивания, поддержки не только общей среды трансформаций, но и «точек конденсации» изменений, прежде всего – научно-образовательно-производственных комплексов) [20-30].

С одной стороны, научно-образовательная сфера с переходом к экономике знаний становится ведущей. Достижение соответствия социокультурных полей возможностям и рискам «умного общества» требует коррекции как отношений на осях «общество – государство – бизнес», так и «человек – культурно-цивилизационный мир». Конвейеризация общественно важных инноваций вынуждает слой преподавателей и учёных к кардинальному изменению стиля жизни и места в обществе. С другой, кардинально вырастают требования как к самой научно-образовательной сфере, так и к занятым в ней; преподаватель из «озвучивателя банальных истин» превращается в консультанта и мотиватора. И совсем не только для студентов своего вуза, а в разрезе соответствующего научно-образовательно-производственного комплекса. Истинность же фундаментально-методологических и профессионально-специализированных знаний в совокупности с индивидуальной комбинацией одарённости и креативности подтверждается в решении жизненных (практических и теоретических) задач: у Акоффа Рассела сама наука – это искусство решения головоломок). Впрочем, если в лидирующих странах основная часть дохода преподавателей смещается в направлении оплаты практического консультирования и исследовательских грантов (стимулируя проникновение знаний «вглубь»), то на полупериферии в заурядных вузах зачастую для поддержания благосостояния просто вынуждены множить пе-

дагогическую нагрузку и разнообразие читаемых курсов (подталкивая к освоению «вширь»).

Выводы. Объективная предрасположенность к расхождению процессов производства и процессов труда: высвобождение человека от функций, которые могут быть переданы в автоматизированную среду и сосредоточение его на творческих и уникальных задачах, – требует кардинального изменения в месте персонала в развитии системобразующих трудовых и управленческих решений, всей социокультурной среды деятельности. Частных (к примеру, технико-технических) инноваций абсолютно недостаточно. Необходимо изменение социального пространства труда. Дальнейшее совершенствование социального партнерства предполагает углубление процессов народовластия / демократизации, прежде всего, – посредством широкого вовлечения трудящихся в деятельность по выработке и принятию решений, в т.ч. и принципиально важных.

Вместе с тем, задействование резервов в диапазоне ресурсно-методологических ресурсных баз постсовременности, постглобализма и постиндустриальности существенно облегчается при опоре на низовые ячейки самоуправления, тесно связанные с местными условиями и обычаями. Усиление черт гиперконкуренции между культурно-цивилизационными мирами предполагают необходимость самому «вытаскивать себя», реализуя эндогенные модели социально-экономического развития. Пересечение условий постиндустриализма, постглобализма и, в целом, постсовременности требуют решительного отказа от всяческого «секонд-хэнда»: в вещах и идеях, – в пользу обеспечения своей самостоятельности, самооценности и достоинства. Да, необходима модернизация, – но отнюдь не в виде вестернизации: Запад сам погряз в противоречиях и проблемах. Советский опыт общественных трансформаций предоставил разные модели обеспечения броска вперед (достижение модернизации экономики и страны, грамотности и медицинского обслуживания населения, защиты от внешней угрозы) с культивированием напряженного труда в команде / коллективе, стремлением к высшим мировым достижениям и широким вовлечением в управление / самоуправление граждан (поощрение добровольчества активистов, народного творчества и контроля). Очевидно, отказ от полученного опыта сопряжен с утратой достигнутого, падением в контрмодерн с фактическим откатом в архаику и утратой возможности самостоятельного принятия решений.

Реализация требований интеллектуализации и гуманизации предполагает масштабное изменение направленности инвестиций с формированием адекватного Сверхпроекта развития культурно-цивилизационного мира. Конкуренция между культурно-цивилизационными мирами выглядит как соперничество их находящихся на разных стадиях Сверхпроектов. По существу, идет борьба не за прибыль как таковую, а за сферы влияния, за хозяйственную власть (легко конвертируемую в идеологическую и политическую). А это меняет и отношение к общественным динамикам, и значение разных институций. Отныне нет необходимости в стабильности спроса-предложения

(напротив, для развития естественна стабильная нестабильность), а вот постоянство институтов и принципов права, условий страхования, кредитования, налогообложения, социальная и политическая стабильность совершенно необходимы. Причем происходящие во всемирном масштабе изменения необратимы, они придают инвестиционной доминанте инновационный характер. Соответственно, требуется культивирование как общественной среды, стимулирующей и поддерживающей творчество (прежде всего, научно-интеллектуальное), так и ключевых звеньев развития, оформляющихся в научно-образовательно-производственные кластеры. Для этого необходимы и создание комплекса условий творчества, и выявления и реализации общественно полезных задатков каждого (в том числе – восстановление и реализация конституционных норм по бесплатному обеспечению государством

права на здравоохранение, образование, жилье, качеству жизни и проч.), а также активизация разъяснительной работы по привлечению к созидательной деятельности. Другое дело, что в условиях непривилегированных регионов возможности постглобализма накладываются на контрмодерн «нового средневековья» с откатом в мистику, верования и суеверия. При этом отрыв лидеров от избираемой ими оставшейся части мира нарастает – и это тоже становится условием успеха лидеров.

Дальнейшее развёртывание этого направление предполагает углублённое рассмотрение новых граней общественно-необходимого баланса интеллектуальности и нравственности как характеристик социального уровня реализации сугубо индивидуальной комбинации одарённости каждого, а также диапазона механизмов, помогающих оптимизации этого процесса.

Литература:

1. Storper M. The Regional World: Territorial Development in a Global Economy / M. Storper. – New York : Guilford Press. – 1997. – 338 p.
2. Омае К. Упадок национального государства: становление региональных экономик / К. Омае. – М. : Новый мир, 1999. – 290 с.
3. Шедяков В. Е. Постсовременная геополитика: социокультурное содержание, региональное измерение / В. Е. Шедяков // Регион: проблемы и перспективы. – 1998. – № 2-3. – С. 45-53.
4. Шедяков В. Е. Розвиток регіональної складової ефективного соціального управління / В. Е. Шедяков // Політичний менеджмент. – 2011. – № 3 (48). – С. 147-156.
5. Каранцева А. Е. «Точки инновационного развития» Приморья как драйверы экономической динамики / А. Е. Каранцева // Роль науки в развитии социума: теоретические и практические аспекты: Матер. XXI Междунар. науч.-практ. конф. // Ежемесячный научный журнал. – Екатеринбург, Национальная ассоциация ученых (НАУ), 2016. – № 5 (21). – Ч. 2. – С. 36-37.
6. Фромм Э. Иметь или быть? / Эрих Фромм. – М. : АСТ, 2000. – 448 с.
7. Батенин С. С. Человек в его истории / С. С. Батенин. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1976. – 295 с.
8. Шедяков В. Е. Место социальной ответственности в обеспечении продуктивной основы реализации общественных интересов / В. Е. Шедяков // Соціальна відповідальність влади, бізнесу і громадян : у 2-х т. / заг. ред. Г. Г. Півняка ; М-во освіти і науки України ; Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – Т. 1. – С. 282-290.
9. Сагатовский В. Н. Есть ли выход у человечества? (критика образа жизни) / В. Н. Сагатовский. – СПб. : Петрополь, 2000. – 148 с.
10. Бутенко А. П. Власть народа посредством самого народа / А. П. Бутенко. – М. : Мысль, 1988. – 203 с.
11. Шедяков В. Е. Співвідношення соціальних вимірів історичного процесу / В. Е. Шедяков // Політичний менеджмент. – 2013. – № 59. – С. 47-59.
12. Шедяков В. Е. Трансформация социокультурных измерений гражданственности / В. Е. Шедяков // Гражданственность личности в условиях изменяющегося мира: от протестной к созидательной активности: Сб. научн. статей Междунар. научно-практ. конф. – Курск, 2015. – С. 151-159.
13. Моисеева И. Ю. Концепция самоорганизации в контексте постнеклассической парадигмы / И. Ю. Моисеева // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – № 11. – С. 80-86.
14. Шедяков В. Е. Развитие добровольной деятельности как черта постсовременности / В. Е. Шедяков // Політологія, філософія, соціологія, психологія: контури міждисциплінарного перетину: Матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. – Одеса, 2016. – С. 19-24.
15. Шедяков В. Е. Социализация молодежи и молодежная политика: использование возможностей ценностно-смысловых конструкций для стимулирования желательных поведенческих изменений / В. Е. Шедяков // Молодёжное движение: исторический опыт и проблемы: Матер. Всерос. с межд. участием науч.-практ. конф. – Пермь, 2013. – С. 223-231.
16. Шедяков В. Е. Дискуссионные политические клубы – важная форма стимулирования гражданской активности студенческой молодежи / В. Е. Шедяков // Политклубы в системе идеологической работы (Методические рекомендации в помощь организаторам политической учёбы молодежи). – Х., 1989. – С. 27-37.
17. Новый формат стратегії і тактики соціально-економічного розвитку України: людина, громада, держава / Бондар І. К., Чечетов М. В., Жадан І. О., Дідур С. В. та ін. – К. : Корпорація, 2005. – 383 с.
18. Шедяков В. Е. Эффективное управление сквозь призму создания умной экономики / В. Е. Шедяков // Вісник Одеського національного ун-ту. – Сер. Економіка. – 2016. – Т. 21. – Вип. 7/49. – Ч. 2. – С. 18-22.
19. Шедяков В. Е. Осуществление парадигмальных трансформаций: сорезонирование стратегии, тактики и оперативного искусства в управленческих композициях / В. Е. Шедяков // Development and modernization of social sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine. – Lublin, Poland : Baltija Publishing, 2017. – С. 282-311.
20. Шедяков В. Е. Стратегічна культура проведення трансформацій: можливості та загрози / В. Е. Шедяков // Розвиток економіки України під впливом економічних, соціальних, технологічних та екологічних трендів / за ред. М. С. Пашкевич, Ж. К. Нестеренко; М-во освіти і науки України, Запор. нац. техн. ун-т, Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2015. – С. 30-41.
21. Бушуева М. А. Кластерно-сетевая парадигма региональной экономики / М. А. Бушуева, Н. Н. Масюк, А. Е. Каранцева // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 4 (23). – С. 15-18.

22. Заркович А. В. Кластерный подход к формированию региональных инновационных систем / А. В. Заркович // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 6 (17). – С. 9-22.
23. Зайцева Е. И. Развитие инновационных кластеров Латвии, синергетический эффект / Е. И. Зайцева // Роль науки в развитии социума: теоретические и практические аспекты: Матер. XXI Междунар. науч.-практ. конф. // Ежемесячный научный журнал. – Екатеринбург, Национальная ассоциация ученых (НАУ), 2016. – № 5 (21). – Ч. 2. – С. 27-28.
24. Шедяков В. Е. Инновационные системы управления региональными кластерами / В. Е. Шедяков // Региональная экономика и управление. – 2016. – № 4 (11). – С. 98-103.
25. Авдоница С. Г. Количественные методы оценки синергетического эффекта инновационного кластера / С. Г. Авдоница. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://kpfu.ru/docs/F1221512295/4_kolmet_avd.pdf.
26. Матвеева Л. Г. Стимулирование регионального развития: инструментарий системного подхода / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева // Terra Ecomomicus. – 2007. – Т. 5, № 4-2. – С. 117-121.
27. Чернова О. А. Системообразующие принципы формирования стратегии инновационного развития региона / О. А. Чернова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2009. – № 10 (116). – С. 46-51.
28. Евдокимова Е. Н. Процессно-ориентированная концепция стратегического управления развитием регионального промышленного комплекса / Е. Н. Евдокимова // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. – 2011. – № 7. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-31-312011/item/537-2011-07-29-07-54-31>.
29. Шедяков В. Е. Региональная политика инвестиций и участие в международном разделении труда / В. Е. Шедяков // Экономика Украины. – 1993. – № 7. – С. 35-42.
30. Шедяков В. С. Конкурентоспроможність національного проекту економічного розвитку в інформаційну епоху / В. С. Шедяков // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 10 (53). – С. 16-22.

Шедяков Володимир Євгенович

доктор соціологічних наук, кандидат економічних наук,
незалежний дослідник (м. Київ, Україна)

РОЗВИТОК САМОДІЯЛЬНОЇ ТВОРЧОСТІ В ПРАЦІ ТА УПРАВЛІННІ – НЕОБХІДНІСТЬ АКТИВІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ РЕСУРСНИХ БАЗ

Анотація

Розвиток самодіяльності аналізується як фактор успішної участі в конкурентній боротьбі. Розглядаються традиції самодіяльної творчості (перш за все, у праці та управлінні). Виявляється безпосередній зв'язок творчості (особливо – науково-інтелектуальної) зі становленням регіональної економіки знань розумного суспільства. Показана роль культивування суспільного середовища і точок концентрації бажаних змін.

Ключові слова: творчість, розвиток, праця, управління.

Shedyakov Vladimir Evgenievich

DSc (Sociology), PhD (Econ.)
free-lance (Kyiv, Ukraine)

DEVELOPMENT OF SELF-ESTABLISHED CREATIVITY IN LABOUR AND MANAGEMENT – NECESSITY OF ACTIVATING REGIONAL RESOURCE BASES

Summary

The development of self-establishing is analysed as a factor of successful participation in competition. The traditions of amateur creativity (first of all, in labour and management) are considered. A direct connection between creativity (especially scientific and intellectual) is revealed with the emergence of a regional economy of knowledge of a clever society. The role of cultivation of the social environment and points of concentration of desirable changes is shown.

Key words: creativity, development, labour, management.

Шостаковська Антоніна Віталіївна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри господарсько-правових дисциплін
Донецького юридичного інституту
Міністерства внутрішніх справ України (м. Кривий Ріг)

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті досліджено існуючий досвід практики управління якістю розвитку промислових підприємств, серед найбільш характерних особливостей слід відзначити такі: єдині законодавчі підходи в області проведення процесів оцінки та підтвердження якості; єдині прийняті національні стандарти та правила проходження процедури сертифікації для всіх сфер промисловості; єдині підходи до аудиту якості на предмет відповідності потребам ринку та інші.

Ключові слова: управління, якість розвитку, промислові підприємства, практика, досвід, процеси оцінки.

Постановка проблеми. Велика частина українських промислових підприємств на сучасному етапі розвитку економіки знаходиться в критичному стані через те, що переживає кризовий період, який позначається глибоким спадом виробництва. Дійсно, тенденція втрати промисловими підприємствами здатності виробництва і наукомісткої продукції, не тільки нової, але і випускалася ними раніше, спостерігається, починаючи ще з докризового періоду. Під загрозою знаходиться технічне переозброєння виробничого апарата багатьох основних галузей економіки, таких як енергетики, металургії, хімії, машинобудування і т.д. [1].

Посилення процесів глобалізації та підвищення рівня світової конкуренції вимагають нового стратегічного підходу до функціонування промислових підприємств, який повинен бути спрямований на освоєння нових ефективних технік і технологій, підвищення конкурентоспроможності галузі. Для того, що б вижити в нових умовах світового господарювання необхідно кординальним чином переосмислити існуючі стратегії розвитку і реалізувати переваги результатів науково-технічного прогресу і людських ресурсів. Такий підхід є ключовим елементом сталого розвитку української промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку підприємств досліджують багато науковців. Серед вітчизняних учених, які зробили найбільш значний внесок у розробку цієї проблеми або окремих її аспектів, слід визначити О. І. Амошу, І. В. Алексєєва, М. В. Афанасєва, А. Е. Воронкову, О. В. Раєвнєву, О. І. Пушкаря, А. В. Сидорову, О. М. Тридіда. Найбільш значущі зарубіжні роботи у сфері розвитку підприємств належать Ст. Біру, П. Друкеру, Д. Нортону, М. Портеру, Д. Стігліцу.

Питання управління якістю висвітлені в роботах зарубіжних учених: Е. Демінга, Дж. Джурана, К. Ісікави, Ф. Кросбі, Г. Тагута, Дж. Харрінгтона, А. Фейгенбаума та ін.

Існуючі підходи до управління розвитком не завжди враховують якісні характеристики розвитку та галузеві особливості промислових підприємств через прагнення до універсальності.

Постановка завдання. Дослідити існуючий досвід практики управління якістю розвитку про-

мислових підприємств та визначити галузеві особливості розвитку промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єднуючим аспектом в усіх стадіях підвищення якості розвитку управління промисловим підприємством та загального менеджменту виступає цільова орієнтація, яка лежить в основі кожного етапу.

1) Так на етапі менеджменту, орієнтованого на припис головною метою керівників виробничої системи постає відповідність продукції, яку випускає підприємство, встановленому функціональному призначенню та розрахованим для неї вимогам.

2) Етап менеджменту, орієнтований на об'єкт характеризується тим, що інтереси виробництва співпадають з вимогами конкретного замовника. Проблема частіше за все в тому, що потреби замовника достатньо ширші за обов'язкові вимоги законодавств.

3) На етапі менеджменту, що спрямований на покращення головною метою виступає відповідність потребам потенційних безпосередніх споживачів результатів виробництва промислового підприємства. Проблема в тому, що до потреб безпосередніх покупців окрім поширених вимог будь-якого замовника відносяться також помножені вимоги до найважливіших параметрів товару (серед них: надійність, довговічність, стабільність характеристик товару при поширених напрямках використання, особливі потреби в безпеці). Даний етап характеризує те, що головний фокус ставиться на людський фактор, психологію виробничих відносин та систему мотивації співробітників.

4) Для етапу менеджменту, орієнтованого на загальнолюдські цінності головним акцентом є об'єднання всіх (а саме: потенційних кінцевих споживачів, суспільства та всіх працівників підприємства) для вирішення встановлених проблем та задач; регулярне покращення виробничих процесів, високі творчі внески. Характеризують даний етап важливість поєднання принципів матеріального і морального заохочень, наявність елементів творчої реалізації, колективність прийняття рішень і сукупна відповідальність [2].

З кожним десятиліттям з'являються нові галузі, які одразу демонструють високий рівень якості розвитку промислового виробництва та

прорив (такі як біотехнології, інформаційні технології, генна інженерія та інші напрями). Так, західні консультанти та спеціалісти вважають, що 3d-друк вже в найближчому майбутньому змінить обличчя світової промисловості. Підтвердженням таким оцінкам є діяльність американської компанії Local Motors, де фахівці збирають автомобілі практично цілком застосовуючи новітню та сучасну технологію – тривимірний друк, за дизайном створеним своїми споживачами. Підприємство створює нову модель автомобілю за один рік. Такий показник менший в 6 разів, в середньому по галузі. Ще одні представники даної галузі – Vauxhall і General Motors також впроваджують у свої технологічні процеси етапи тривимірного друку для створення деталей машин і прототипів з метою зведення до мінімуму часу на процеси їх створення.

Також, за численними даними міжнародної консалтингової компанії “J’son & Partners Consulting” на сьогодні в світовій практиці функціонують промислові підприємства, які демонструють успішний досвід впровадження проектів управління якістю розвитку промислового підприємства за напрямками Індустріального (Промислового) Інтернету речей.

Вже не залишається сумнівів, що поширення інфокомунікаційних технологій нового покоління останніми 10–15 роками надає промисловим підприємствам численні можливості та переваги для переходу на цілком новий рівень управління якістю розвитку та збільшення динаміки розвитку промислового виробництва.

Індустрія 4.0, технологічну базу якої складає Інтернет (IoT, Internet Of Things) – це радикально новий спосіб організації праці, задачею якого постає цілком і повністю оцифроване та автоматизоване виробництво, яким керує інтелектуальна система в режимі реального часу, без участі людини.

Команда провідних аналітиків “J’son & Partners Consulting” збрала дані по успішним кейсам впровадження технологій Інтернету речей в промисловості (близько 60 прикладів) і в інших галузях економіки (понад 30 прикладів). Особливу увагу приділено аналізу практичних результатів реалізації проектів в сфері промислового Інтернету, отриманих на підприємствах найбільших транснаціональних компаній. Дослідження включає в себе приклади успішних реалізованих проектів в сфері промислового

Інтернету, що охоплюють такі ключові галузі, як: гірничодобувна промисловість; нафтогазова промисловість; металургійна промисловість; фармацевтична промисловість; мікроелектроніка промисловість; промисловість будівельних матеріалів; автомобілебудування; машинобудування та інші [3].

Компанії Huawei і Toshiba Digital Solutions (Toshiba) продемонстрували основні підсумки синергії своїх зусиль в напрямках впровадження вузькосмугового Інтернету речей та представили спільні рішення для «розумних фабрик» (так сьогодні в світовій практиці називають високотехнологічні фабрики, які постійно нарощують продуктивність та якість виробництва завдяки процесам збору й аналізу необхідних даних на основі застосування технологій Інтернету речей). Такий підхід розширює можливості виробників через спроможність віддалено спостерігати та підтримувати в робочому стані обладнання на підприємствах всередині приміщень, куди LTE-сигнал (Long-Term Evolution) слабо доходить, і де промислове енергопостачання технічно неможливе.

Компанія Toshiba, за свою 140-ву історію існування, намагаючись знайти способи швидкого моніторингу, визначення та прогнозування відхилення, кардинально змінює погляди на підвищення ефективності та виведення управління якістю розвитку промислового підприємства на новий рівень за рахунок використання технологій штучного інтелекту [3].

Отже, орієнтація сучасного виробництва на цифровий розвиток висуває нові вимоги до промислового обладнання. Здатність забезпечити сучасних замовників обладнанням із системою моніторингу та контролю може стати передовою конкурентною перевагою для будь-якого виробника.

За даними аналітичної служби агентства Bloomberg в 2017 році національна економіка посіла 42-е місце серед 50-ти країн за світовим рейтингом інноваційних світових економік (табл. 1).

В даному рейтингу фахівці Bloomberg аналізували економіки країн за основними показниками: рівень розвитку дослідницької діяльності, продуктивність праці, процеси застосування hi-tech технологій, наявність дослідницьких центрів, виробництво товарів з високою доданою вартістю, питома вага дипломованих фахівців на внутрішньому ринку праці. За отриманими дани-

Таблиця 1

**Місце України в рейтингу інноваційних економік світу за 2013-2017 рр.
(за даними аналітики Bloomberg)**

№	Показники	Роки/ місце в рейтингу				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Рівень інноваційності економіки	42	49	33	41	42
2	Розвиток дослідницької бази	28	29	31	30	32
3	Продуктивність праці	48	46	49	51	50
4	Ступінь використання hi-tech технологій	35	36	37	38	41
5	Концентрація дослідницьких центрів	34	30	30	33	33
6	Виробництво товарів з високою доданою вартістю	47	40	42	43	47
7	Доля дипломованих спеціалістів на ринку праці	4	4	5	5	4

Сформовано автором на основі [4]

ми економіка України зайняла останнє місце серед інших країн за рівнем продуктивності праці (50 місце в рейтингу), до того ж показник рівня виробництва товарів з високою доданою вартістю також залишив країну майже в кінці рейтингу, обійти вдалося лише економіки Росії і Кіпру. Першу десятку лідерів інноваційних економік в 2017 році склали: Південна Корея, Німеччина, Швеція, Швейцарія, Сінгапур, Японія, Данія, США, Ізраїль та Фінляндія [4].

Низький показник рівня виробництва товарів з високою доданою вартістю можна пояснити тим, що українська економіка в більшому ступені орієнтована на виробництво продукції з низьким ступенем переробки, в той час як країни-лідери за показниками інноваційного розвитку сприяють не лише екстенсивному, але й якісному розвитку промисловості.

Таким чином, слід признати, що в рамках вирішення непростих питань з управління якістю розвитку промисловим виробництвом будь-якої країни актуальним постає питання нарощування виробництва товарів з високою доданою вартістю, розширення використання "hi-tech" технологій та постійний контроль за підвищенням продуктивності праці.

Багата історія управління якістю на підприємствах всього світу сформувала безліч напрямів, способів, засобів та підходів, які залишаються актуальними і застосовуються на світових промислових підприємствах розвинутих країн. І хоча серед них є багато спільних ідей, практиці управління якістю розвитку промисловістю кожної країни властиві національні риси [2].

Безсумнівними лідерами в сфері управління якістю розвитку промисловості є підприємства США, Японії та більшість європейських країн. З огляду на цей факт достатньо актуальним в рамках пошуку вирішення питань з управління якістю розвитку українського промислового виробництва представляється вивчення досвіду саме таких країн, де управлінню якістю розвитку промисловості приділяється найбільша та першочергова увага.

Провідні фахівці в області управління якістю США враховують той факт, що управління якістю розвитку виробництвом безпосередньо впливає не тільки на створення сучасних високотехнічних актуальних проектів, але й на ефективність та оптимальність виготовлення та обслуговування готової продукції. Сучасні принципи управління якістю розвитку промисловості США розповсюджуються а всі сфери виробництва та на всі стадії життєвого циклу продукції та носять характер загальних принципів [5].

При цьому, система управління якістю розвитку виробництвом в США не представляється як загальна для всіх. Така система, якщо вона професійно спроектована і ефективно виконує свої функції, отримує очікувані вагомі результати: обсяги продажів продукції зростає, росте попит, зростають прибутки, а з ними і репутація підприємства, при цьому показники виробничих витрат знижуються. Так, наприклад, американське промислове підприємство "General Electric" за 5 останні роки за рахунок звернення уваги до підвищення якості розвитку підприємства ви-

трати виробництва скоротилися на 45%, що відзначалося прибутком у 43 млн. американських доларів. Найбільш характерні особливості американської практики управління якістю розвитку промислових підприємств такі:

- 1) висока якість системи мотивації персоналу;
- 2) створення гуртків якості;
- 3) широке застосування статистичних методів аналізу та контролю;
- 4) ведення обліку витрат на якість;
- 5) підвищення свідомості працівників та керівництва;
- 6) планування програм з підвищення якості;
- 7) жорсткий контроль якості виготовлення продукції із застосуванням методів математичної статистики;
- 8) обов'язковий процес планування за кількісними і якісними показниками;
- 9) адміністративний контроль за дотриманням планів [5].

За багатьма беззаперечними показниками продукція промислових підприємств Японії завойовувала широке визнання та розповсюдження на зовнішніх ринках високоякісної продукції, японські підприємства зайняли стійке лідерство за показниками якості, використання ефективних інструментів та методів управління, збереження конкурентних переваг та ведення ефективної конкурентної боротьби.

Багаторічний, безперервний економічний розвиток та цілеспрямований фокус на вирішенні проблеми управління якістю розвитку промислових підприємств Японії базуються на застосуванні передових та сучасних підходів в практиці управління якістю розвитку промислового виробництва.

Найбільш характерні особливості японської практики управління якістю розвитку промислових підприємств:

- 1) акцент на безперервне вдосконалення процесів і результатів праці на всіх рівнях управління та стадіях виробництва;
- 2) фокус на покращення управління якості процесів, а не якості готового товару;
- 3) принципи активного запобігання можливості виникнення дефектів, а не їх виявлення при проведенні контролю;
- 4) акцент на глибоке вивчення і оцінку виникаючих проблем за типом висхідного напрямку – від наступного процесу до попереднього;
- 5) акцент на ідеї: «Наш споживач – виконавець наступної виробничої операції»;
- 6) максимально повна відповідальність за якість результатів процесу, яка закріплюється за безпосереднім виконавцем;
- 7) високий ступінь орієнтації при забезпеченні якості будь-якого процесу на людський фактор, стимулювання розвитку творчого потенціалу працівників, стимулювання прояву творчої активності (гуртки якості), культивування моралі;
- 8) активна та широка розробка та впровадження результатів сучасних наукових досліджень в галузі управління та технології;
- 9) максимально широка комп'ютеризація всіх операцій на рівні управління, аналізу і контролю за виробничими процесами;

10) високий акцент на систематичне та всеохоплююче навчання персоналу;

11) високий ступінь використання можливостей людини, з метою чого вживаються заходи з виховання патріотизму до свого підприємства та максимальній відданості справі [6; 7; 8].

В той час, як в Японії і США приділялося багато уваги реалізації програм підвищення якості, інтереси промисловості, політики та суспільства в питаннях якості розвитку сходилися, поширювалися ідеї стратегічного планування якості, то в країнах Європи до управління якістю підходили з боку лише контролю якості. При цьому широка та активна діяльність саме країн Західної Європи зробила найбільш вагомий внесок у побудову єдиних загальних європейських вимог і процедур, що привело до можливості підготовки та формування єдиного європейського ринку, а тим самим стимулювати ефективний обмін товарами і робочою силою між країнами.

Висновки з проведеного дослідження.

1. Еволюційний розвиток підходів якісного розвитку управління промисловими підприємствами має 4 етапи: етап менеджменту, орієнтований на припис; етап менеджменту, орієнтований на об'єкт; етап менеджменту, спрямований на покращення; етап менеджменту, орієнтований на загальнолюдські цінності. Існує безліч прикладів підприємств, які намагаючись знайти способи швидкого моніторингу, визначення та прогнозування відхилень, кардинально змінювали погляди на підвищення ефективності та виведення управління якістю розвитку промислового підприємства на новий рівень за рахунок використання технологій штучного інтелекту.

2. Безсумнівними лідерами в сфері управління якістю розвитку промисловості є підприємства США, Японії та більшість європейських країн. Сучасні принципи управління якістю розвитку промисловості США розповсюджуються на всі сфери виробництва та на всі стадії жит-

тєвого циклу продукції та носять характер загальних принципів. Багаторічний, безперервний економічний розвиток та цілеспрямований фокус на вирішенні проблеми управління якістю розвитку промислових підприємств Японії базуються на застосуванні передових та сучасних підходів в практиці управління якістю розвитку промислового виробництва.

3. Серед найбільш характерних особливостей європейської практики управління якістю розвитку промислових підприємств слід відзначити такі: єдині законодавчі підходи в області проведення процесів оцінки та підтвердження якості; єдині прийняті національні стандарти та правила проходження процедури сертифікації для всіх сфер промисловості; єдині підходи до аудиту якості на предмет відповідності потребам ринку та інші.

4. Сучасний стан промисловості свідчить про перехід до повільного посткризового економічного відновлення промислового потенціалу. Комплексною проблемою української економіки є недостатньо розвинута та зовсім неконкурентоспроможна промисловість. Зокрема, в рейтингу глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього Економічного Форуму в 2016–2017 рр. Україна зайняла 85 місце з 138 країн, поступившись розвиненим країнам і більшості країн СНД.

5. Існують безліч дестимулюючих факторів посткризового якісного розвитку промисловості, до яких можна віднести наступні: повільне вдосконалення відтворювальних пропорцій в структурі промисловості; посилення залежності економіки України від зовнішньої кон'юнктури; низька адаптація промисловості до зміни структури потреб внутрішнього ринку; незначна частка наукомістких галузей виробництва продукції кінцевого споживання, а також виробництва високотехнологічної продукції для потреб внутрішнього ринку; недостатня ступінь диверсифікації виробництва.

Література:

1. Управление развитием промышленных предприятий в условиях неоиндустриализации: механизм, модели и методы: моногр. / Р.Н. Лепа, А.А. Охтеня, Р.В. Прокопенко и др.; под общ. ред. Р.Н. Лепы / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Киев, 2016. – 162 с.
2. Родионова И. А. Мировая экономика: индустриальный сектор / И.А. Родионова/. – М.: РУДН, 2015. – 606 с.
3. Сайт международной консалтинговой компании "J'son & Partners Consulting" [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.json.ru/>
4. Сайт международного провайдера финансовой информации Bloomberg [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/europe>
5. Руссиян О.А. Використання досвіду країн ЄС для обґрунтування напрямів розвитку економіки України в умовах євроінтеграції / О.А. Руссиян // VII-а міжнародна школа-семінар «Теорія прийняття рішень» (м. Ужгород, 29 вересня – 4 жовтня 2014 р.). – Ужгород: УжНУ, 2014. – С. 218–219.
6. Всемирный Экономический Форум [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weforum.org/>
7. OECD [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oecd.org>
8. World Development Report 2016: Conflict, Security, and Development [Електронний ресурс] // The International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank. -Washington, 2016. – 416p. – Режим доступа: <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.

Шостаковская Антонина Витальевна

кандидат экономических наук,
доцент кафедры хозяйственно-правовых дисциплин
Донецкого юридического института
Министерства внутренних дел Украины (г. Кривой Рог)

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

В статье исследован существующий опыт практики управления качеством развития промышленных предприятий, среди наиболее характерных особенностей следует отметить следующие: единые законодательные подходы в области проведения процессов оценки и подтверждения качества; единые национальные стандарты и правила прохождения процедуры сертификации для всех отраслей промышленности; единые подходы к аудиту качества на предмет соответствия потребностям рынка и т.д.

Ключевые слова: управление, качество развития, промышленные предприятия, практика, опыт, процессы оценки.

Shostakovsky Antonina Vitaliivna

Ph. D., Associate Professor of the Department
economic-legal disciplines,
Donetsk Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine (Kryvyi Rih)

PRACTICAL ASPECTS OF QUALITY MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Summary

The article explores the existing experience of the management of the quality of development of industrial enterprises, among the most characteristic features of the following: unified legislative approaches in the field of conducting evaluation and quality assurance processes; unified national standards and rules for passing the certification procedure for all industries; unified approaches to quality audits to meet the needs of the market and others.

Key words: management, quality of development, industrial enterprises, practice, experience, evaluation processes.