МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

НАУКОВИЙ ВІСНИК УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

Випуск 15

Частина 1

Ужгород-2017

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор: **Палінчак Микола Михайлович** – *декан факультету міжнародних відносин Ужгородського національного університету, доктор політичних наук, професор*

Заступники головного редактора: **Приходько Володимир Панасович** – *завідувач кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор*

Химинець Василь Васильович – *професор кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор*

Відповідальний секретар: **Дроздовський Ярослав Петрович** – *доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук*

Члени редколегії: **Ярема Василь Іванович** – *завідувач кафедри господарського права Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор*
Мікловда Василь Петрович – *завідувач кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України*
Філіпенко Антон Сергійович – *доктор економічних наук, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин КНУ ім. Тараса Шевченка, заслужений професор КНУ ім. Тараса Шевченка, академік АН ВШ України*
Газуда Михайло Васильович – *професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, доктор економічних наук, професор*
Луцишин Зоряна Орестівна – *професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин КНУ ім. Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор*
Старостіна Алла Олексіївна – *завідувач кафедри міжнародної економіки економічного факультету КНУ ім. Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор*
Слава Світлана Степанівна – *професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук, доцент*
Ерфан Єва Алоїсівна – *доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук*
Кушнір Наталія Олексіївна – *доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук*
Шинкар Віктор Андрійович – *доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук*
Король Марина Михайлівна – *доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат економічних наук*
Рошко Світлана Михайлівна – *доцент кафедри міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету, кандидат філологічних наук*
Бурунова Олена – *доктор економічних наук, професор Полонійського університету (Республіка Польща)*
Andrzej Krynski – *доктор габілітований, професор, ректор Полонійського університету (Республіка Польща)*
Ioan Horga – *доктор історичних наук, професор Університету Орадеа (Румунія)*
Ľudmila Lipková – *доктор економічних наук, професор Братиславського економічного університету (Словаччина)*

Електронна сторінка видання – www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus (ICV 2015: 32.42)

Науковий вісник Ужгородського національного університету.
Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»
включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказ МОН України від 21 грудня 2015 року № 1328.

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
на підставі Протоколу № 11 від 28 вересня 2017 року.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 21015-10815Р,
видане Державною реєстраційною службою України 29.09.2014 р.

ISSN 2413-9971

© ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2017

ЗМІСТ

Сердюков К. Г., Алєйнікова Н. М.
НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ВАРТОСТІ ТА РИЗИКУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ.....6

Бабаченко Л. В.
СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....11

Бабич М. М., Крилова І. Г., Савенко О. С.
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ЕКОНОМІЧНОЮ ДОСТУПНІСТЮ ДО ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА РІВНЕМ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....15

Баланчук Д. В.
ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ БАНКУ ДЛЯ КОРПОРАТИВНИХ КЛІЄНТІВ.....21

Зачосова Н. В., Бибик А. М.
НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....25

Білоткач О. В., Павлова Г. Є.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....29

Богатирьов І. І.
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....32

Болдирєва Л. М.
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ.....38

Бондаренко С. М., Лісовський М. Ю.
КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ – УНІКАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....42

Боровік Л. В.
ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....46

Васюк Є. А.
ТРАНСФЕРТНА ПОЛІТИКА ТНК: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА.....49

Вісин В. В., Вісина Т. М., Кравчук П. Я.
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ.....54

Владика Ю. П.
ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....59

Владичин М. Б.
ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....63

Гавриловський О. С., Гавриловська Л. М.
РЕГУЛЮВАННЯ АУДИТУ В КРАЇНАХ ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ.....68

Ганцура А. В., Коваленко Н. В.
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ДРОПШИППІНГУ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ.....72

Гарбар Ж. В., Гарбар В. А.
САМОРЕГУЛІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ.....76

Грабовецький Б. Є., Глущенко Л. Д., Пілявоз Т. М.
ПРОГНОЗНО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ.....**80**

Гринькевич О. С., Левицька О. О.
ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ: МІЖНАРОДНИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТИ.....**84**

Грушина А. І.
МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ
РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ.....**90**

Гудзь Ю. Ф.
АКМЕОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА АПК.....**95**

Дзюба П. В.
КОНЦЕПТУАЛЬНА СТРУКТУРА ТЕОРІЇ ПОРТФЕЛЯ
ЯК ПАРАДИГМАЛЬНА ОСНОВА СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ
МІЖНАРОДНОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ.....**100**

Євдокімова М. О.
РИНОК ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ, ЙОГО РОЗВИТОК.....**106**

Загарій В. К., Синільник В. В.
ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОМПАНІЇ І СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ
ТА ЇХ ВПЛИВ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ.....**110**

Зайцев О. В.
ЗАКОН ВАРТОСТІ – МОЖЛИВА ОБ'ЄДНУЮЧА ОСНОВА
ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ.....**114**

Залунина О. М.
РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА СТРОИТЕЛЬНОЙ
ОТРАСЛИ НАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА СТРАНЫ.....**118**

Зосімова А. В.
ВИЯВЛЕННЯ РИЗИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....**123**

Іванова Л. О., Вовчанська О. М.
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ
КЛІЄНТІВ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....**127**

Канцір І. А., Козьмук Н. І.
ПРІОРИТЕТИ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРА
В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....**134**

Кармазінова В. Д.
ФОРМУВАННЯ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ
МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДНИХ АГЕНТСТВ.....**139**

Карпова Т. О.
ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ
ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА.....**142**

Касич А. О., Сидоренко А. М.
ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
НА ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....**147**

Котикова О. І., Куделя В. Л., Потапов І. С.
РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ РАЙОНІВ
МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....**152**

Кудирко О. В.
ІННОВАЦІЇ В ЛОГІСТИЦІ: ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ
ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК.....**158**

Кузьмук С. Г.
ОПТИМІСТИЧНІ УПЕРЕДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ УПРАВЛІНЦІВ.....**163**

Легомінова С. В.
ІДЕОГЕНЕЗ КАТЕГОРІЇ СТІЙКОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....**168**

Ліхоносова Г. С.
МОТИВАЦІЙНІ ФАКТОРИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....**172**

Жихор О. Б., Самойленко І. О.
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАНЯ КОНЦЕСІЙНОГО МЕХАНІЗМУ
В МЕРЕЖІ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПІДПРИЄМСТВ
ДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ: ДЕРЖАВНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР.....**177**

Кравець Л. О.
УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ ІННОВАЦІЙНОГО
ОНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА.....**182**

Кононенко О. Л.
ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ
ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ.....**188**

Лондаренко Д. О.
ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ:
ПРОБЛЕМАТИКА, СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ.....**192**

УДК 65.012.12

Сердюков К. Г.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного консалтингу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Алєйнікова Н. М.
аспірант кафедри економічного консалтингу
Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця

Serdyukov K. G.
Phd in economics,
Associate professor of the department of economic consulting
Simon Kuznets Kharkov national university of economics

Alieinikova N. N.
graduate student of the department
of economics and property assessments of enterprises
Simon Kuznets Kharkov national university of economics

НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ ВАРТОСТІ ТА РИЗИКУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

METHODICAL APPROACH TO ASSESSMENT OF KEY FACTORS OF VALUE AND RISKS OF JOINT STOCK COMPANIES

Анотація. Запропоновано науково-методичний підхід до оцінки ключових факторів вартості та ризику, що дає змогу визначити їх вплив на вартість акціонерного товариства та окреслити стратегічні вектори управління нею. Оцінка впливу факторів вартості та ризиків передбачає три етапи (оцінка факторів вартості на основі PEST-аналізу та методу експертних оцінок; оцінка факторів ризику за допомогою експертних методів та методу аналогій; побудова сценаріїв впливу цих факторів на вартість акціонерного товариства в прогнозованому періоді на основі сценарного підходу).

Ключові слова: фактори вартості, фактори ризику, оцінка вартості акціонерного товариства, метод експертних оцінок, сценарний підхід.

Постановка проблеми. З метою достовірної оцінки вартості акціонерного товариства необхідно максимально точно проаналізувати всі фактори, які на неї впливають. Для того щоб факторами можна було користуватися, треба встановити їх підпорядкованість, визначити, які з них найбільше впливають на вартість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням оцінки впливу різноманітних факторів на вартість підприємств займалися такі вчені, як О.В. Васильєв, І.В. Сердюкова, В.В. Вітлінський, Б.Є. Грабовецький, Є.О. Дурасова, М.В. Корягін, О.А. Кандинская, Т. Коупленд, Т. Колер, Дж. Мурин, Т.В. Момот, Т.Г. Касьяненко, О.Н. Щербакова та інші. Більшість авторів класифікують фактори вартості, визначають фактори ризику, вивчають їх вплив на ринкову вартість підприємств. Проте поза їхньою увагою залишається чітке обґрунтування оцінювання цих факторів та визначення їх впливу на вартість у кількісному виразі.

Метою статті є розроблення науково-методичного підходу до оцінки ключових факторів вартості та ризику, які безпосередньо чинять вплив на майбутню вартість акціонерного товариства.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, такий підхід має відповідати таким критеріям, як:

– комплексний підхід до виконання оцінки обраних факторів вартості та ризику;

– доступність інформаційного забезпечення оцінки (залучення додаткової інформації, наявність статистичних даних по країні тощо);

– диференційований підхід до виконання оцінки факторів вартості на рівні країни та факторів ризику на рівні акціонерного товариства;

– застосування принципу системності під час оцінювання факторів вартості та ризику, що визначається характером самої категорії «механізм оцінки вартості».

Науково-методичний підхід до оцінки ключових факторів вартості та ризику акціонерних товариств складається з декількох етапів.

На першому етапі проводиться оцінка факторів вартості акціонерних товариств на основі PEST-аналізу та визначення з них ключових. PEST (STEP) аналіз – це стратегічний аналіз соціальних (S – social), технологічних (T – technological), економічних (E – economic), політичних (P – political) факторів зовнішнього середовища підприємства. На нашу думку, перевага PEST-аналізу полягає у комплексному вивчені впливу всіх ключових факторів, тоді як SWOT-аналіз розглядає, в якому становищі бізнес-одиниця перебуває в умовах ринкового середовища, яка концепція або ідея є у того чи іншого продукту. Таким чином, головна задача PEST-аналізу полягає у визначенні впливу ключових факторів на вартість акціонерного товариства та розробленні сценарію управління нею.

На основі аналізу статистичної інформації, даних прогнозів експертів НБУ, НЦФРЦП, Київського міжнародного економічного форуму (КМЕФ), праць науковців було виокремлено фактори вартості акціонерного товариства (табл. 1).

Оцінка факторів вартості за PEST-аналізом визначається як множина:

$$\{P_i\} = \{P_1 + P_2 + \ldots.. + P_n\};$$
$$\{E_i\} = \{E_1 + E_2 + \ldots.. + E_n\};$$
$$\{S_i\} = \{S_1 + S_2 + \ldots.. + S_n\};$$
$$\{T_i\} = \{T_1 + T_2 + \ldots.. + T_n\}.$$

Визначивши базовий набір факторів вартості, науковці висувають альтернативні методики оцінювання. Пропонуємо скористатися методом експертних оцінок. На нашу думку, перевага методів експертних оцінок як наукового інструмента вирішення таких проблем, які не можна формалізувати, полягає у правильній організації проведення усіх етапів експертизи та використанні кількісних методів під час оцінки суджень експертів та узагальнення результатів.

Ступінь компетентності експерта за суб'єктивним методом здійснюється по певній шкалі. Визначаються експерти, які володіють знаннями зі структури та функціонування акціонерного товариства, кваліфікацією, яка включає ступінь участі у розвитку досліджуваної проблеми, з економічною освітою та з аналітичним складом розуму.

Узагальнена середня оцінка факторів вартості акціонерних товариств розраховується за формулою (1):

$$n_{\max} = \frac{3}{2} \cdot 16,38 \approx 25\,, \qquad (1)$$

де: X_{ij} – оцінка відносної важливості (в балах від 1 до 100), виставлена i-м експертом j-му фактору;

K_i – коефіцієнт компетентності i-го експерта;

$i = 1\ldots m$ – номера експертів;

m – число експертів;

$j = 1\ldots n$ – номери досліджуваних факторів;

n – число елементів факторів.

Чим більше $\overline{X_j}$, тим важливішим є фактор. Середнє значення відповіді варіює між 1 і 100 балами (метод безпосередньої оцінки). Завдання експерта полягає у визначенні для кожного фактора певного оціночного інтервалу. Для визначення важливості фактора деколи доцільніше спочатку провести оцінку, а потім здійснити ранжирування. Опитування експертів є анонімним. Якщо розкиданість думок експертів занадто велика, то їх знайомлять із протилежними позиціями і їх обґрунтуванням. Потім кожному експерту пропонується змінити свою оцінку. І вся процедура повторюється заново доти, доки оцінки не зблизяться настільки, що їх середня може вважатися надійною.

Оцінку узгодженості думок експертів групи визначають за допомогою коефіцієнта конкордації. Коефіцієнт конкордації (W) може приймати значення від 0 до 1. За повної узгодженості думок експертів W = 1, а за повної неузгодженості W = 0. Низьке його значення може бути отримане як за відсутності узагальненості думок усіх експертів, так і за наявності протилежних думок між підгрупами експертів, хоч у самій підгрупі узгодженість може бути високою. В експертній оцінці розкид в оцінці експертів неминучий. Але його причини, величина – це те, що потрібно аналізувати під час узагальнення оцінок експертів.

Другим етапом має стати оцінка факторів ризику, які притаманні акціонерним товариствам у внутрішньому середовищі. У такій економічній ситуації, яка склалася в Україні, та в умовах підвищеної невизначеності, в яких відбувається діяльність товариств, актуалізується питання оцінки факторів ризику (передумови, що збільшують імовірність та реальність настання ризикових подій). Оцінювання ризиків дає змогу певною мірою прогнозувати імовірність настання ризикованих подій і прагнути зниження ступеня ризику до припустимих меж.

У процесі оцінки факторів ризиків необхідно дотримуватися таких правил, як:

1) якісний аналіз ризиків, який полягає в ідентифікації факторів ризиків, співвідношенні визначених ризиків зі сферою діяльності та формою акціонерного товариства;

2) кількісний аналіз ризиків, який дає змогу обрати певний метод кількісної оцінки, згідно з яким буде проведена оцінка окремих ризиків та визначення їх загальної величини;

3) узагальнення підсумків якісного та кількісного аналізів факторів ризиків.

Для якісного аналізу факторів ризику було проведене дослідження, під час якого визначені ключові з них, такі як платоспроможність клієнтів, коливання валютних курсів, зміна процентних ставок, прибутковість (збитковість) бізнесу та зміна цін. Оцінка ризику здійснюється за двома критеріями, таким як імовірність настання конкретного ризику та вплив ризику на вартість акціонерного товариства (табл. 2).

Для кількісного аналізу ризиків потрібно обрати найефективніший метод дослідження. Чим досконалішими

Таблиця 1

Вихідна інформація для PEST-аналізу за ключовими факторами вартості акціонерних товариств

Фактори	Ум. поз.	Експерти				$\overline{X_j}$	Фактори	Ум. поз.	Експерти				$\overline{X_j}$
		1	2	….	m				1	2	….	m	
Політичні (P)							**Економічні (E)**						
Політична стабільність	P_1						Інвестиційний клімат	E_1					
Державне регулювання ринку цінних паперів та податкове законодавство	P_2						Рівень економіки країни	E_2					
Асоціація України з ЕС	P_3						Розвиток фондового ринку	E_3					
Військова ситуація на сході України	P_4						Рівень інфляції та валютні коливання	E_4					
Соціальні (S)							**Технологічні (T)**						
Рівень освіти	S_1						Рівень розвитку інформаційних технологій	T_1					
Рівень задоволення потреб споживачів	S_1						Ступінь розвитку інновацій, фінансування наукових розробок	T_2					
Темпи приросту доходів споживачів	S_3						Вкладання капіталу в технічне переозброєння та модернізацію	T_3					

є методи дослідження та оцінювання ризику, тим меншим стає чинник невизначеності. Методи, які використовують для кількісної оцінки ризиків, умовно поділяють на дві групи (група апріорних методів і група методів, що базуються на емпіричних підходах) [1; 2]. Перші ґрунтуються на теоретичних положеннях, а тому ризик кількісно оцінюється за допомогою логічних міркувань, другі – на вивченні минулих подій та узагальненні статистичної інформації. Серед численних суб'єктивних методів аналізу рівня ризиків під час аналізу економічної літератури [1; 2; 3; 4; 6; 7; 11; 13; 15] виявлено, що застосовують такі найпоширеніші методи, як аналогії, «Due Diligence», «дерево рішень», «Монте-Карло», експертний метод, рейтингові оцінки тощо.

Таблиця 2

Фактори ризиків, які впливають на вартість акціонерного товариства

Фактори ризику	Оцінка ймовірності ризиків	Оцінка впливу на вартість акціонерного товариства
Зміна платоспроможності клієнтів	R_1	I_1
Коливання валютних курсів	R_2	I_2
Зміна процентних ставок	R_3	I_3
Прибутковість (збитковість) бізнесу	R_4	I_4
Зміна цін	R_5	I_5

Пропонуємо використання двох методів: експертного оцінювання та аналогій. Ці методи забезпечують можливість необмежених змін набору факторів ризику. У практичному застосуванні авторський методичний підхід спрощується разовістю оцінювання значущості факторів ризику, результати якого використовуються до перегляду складників системи оцінки.

Для аналізу факторів ризику можна використати інформацію з різноманітних джерел (статистична і фінансова звітність акціонерних товариств, звіти товариств і конкурентів, опитування фахівців (економістів, аналітиків), інформація державних органів тощо). Отримані дані обробляють, використовуючи відповідний математичний апарат, для виявлення залежностей і причин з метою врахування потенційного ризику.

Оцінка ймовірності ризиків визначається як множина:

$$\{R_i\} = \{R_1 + R_2 + \ldots.. + R_n\}.$$

Оцінка впливу на вартість акціонерного товариства визначається як множина:

$$\{I_i\} = \{I_1 + I_2 + \ldots.. + I_n\}.$$

Таблиця 3

Критерії оцінки ймовірності ризиків та впливу на вартість

Оцінка ймовірності ризиків	Критерій, бал	Оцінка впливу на вартість акціонерного товариства	Критерій, бал
значна ймовірність ризику	більше 5	значний вплив	3
середня ймовірність ризику	від 3 до 4,9	середній вплив	2
незначна ймовірність ризику	від 1 до 2,9	незначний вплив	1
ризик не є ймовірним	менше 0,9	вплив відсутній	0

Рис. 1. Загальна структура методичного підходу до оцінки впливу факторів вартості та ризиків акціонерного товариства

Критерії ризиків, які повинні вживатися під час оцінки факторів ризику, наведені у табл. 3.

Третій етап оцінки є заключним та полягає у визначенні впливу факторів вартості та ризику на вартість акціонерного товариства. Для цього пропонуємо застосувати метод сценарного підходу. Розроблені сценарії розвитку аналізованої ситуації дають змогу з тим чи іншим рівнем достовірності визначити можливі тенденції розвитку, взаємозв'язку між факторами, сформувати картину можливих станів, до яких може прийти ситуація під впливом тих чи інших чинників. Виходячи з різних припущень про ймовірний розвиток, одержують альтернативні базові сценарії для визначення впливу на альтернативну вартість акціонерного товариства.

Загальна структура методичного підходу до оцінки впливу факторів вартості та ризиків акціонерного товариства подана на рис. 1.

Дослідження тенденцій розвитку фондового ринку та розроблений методичний підхід до оцінки

ключових факторів вартості та ризику продемонстрував необхідність застосування емпіричних даних, які є ілюстративним матеріалом для здійснення таких досліджень.

На першому етапі дослідження проведена оцінка факторів вартості та наведений їх прогноз у короткостроковому періоду (до 2020 р.).

Спочатку було визначено членів експертної групи та розраховано їх оптимальну кількість. З метою обґрунтованості кількості членів експертної групи, розрахованої на основі отриманих даних самооцінки потенційних експертів, та використовуючи формулу у джерелі [5], отримуємо: $n_{\max} = \frac{3}{2} \cdot 16,38 \approx 25$. (максимальна кількість осіб). Мінімальна чисельність експертної групи за Е = 0,15 становить 13 осіб. На основі розрахованих у джерелі [5] табличних значень чисельності груп за надійності експертної оцінки 85% та гранично допустимої відносної помилки 0,3 обґрунтованим є залучення групи експертів у складі 15 осіб.

На основі анкет експертизи складається зведена таблиця, що відображає експертні оцінки важливості факторів вартості за рангами та результати індивідуального нормування (вага, надана *i*-м експертом *j*-му фактору).

У табл. 4 наведено показники порівняльної важливості факторів вартості та розрахований коефіцієнт конкордації, який підтверджує погодженість думок експертів.

Таблиця 4

Показники порівняльної важливості факторів вартості

фактори	сума рангів	середній ранг	середнє значення в балах	частота максимально можливих оцінок	середня вага (нормована оцінка)	розмах	коефіцієнт конкордації
Політичні							
P_1	4,94	0,329	64	0	0,329	30	0,7195
P_2	7,10	0,473	28	0	0,144	20	
P_3	12,34	0,822	69	0	0,349	50	
P_4	14,97	0,998	35	0	0,175	40	
Економічні							
E_1	19,48	1,298	67	0	0,301	50	0,8215
E_2	24,96	1,664	82	2	0,365	40	
E_3	28,24	1,883	49	0	0,218	20	
E_4	29,94	1,996	25	0	0,114	30	
Соціальні							
S_1	38,56	2,570	57	0	0,574	30	0,7755
S_1	41,87	2,791	22	0	0,221	30	
S_3	44,93	2,99	20	0	0,204	20	
Технологічні							
T_1	46,96	3,131	24	0	0,135	20	0,8240
T_2	52,85	3,523	69	0	0,392	40	
T_3	59,92	3,994	83	0	0,471	30	

Оскільки оцінки, поставлені кожним експертом за окремим фактором, як правило, різняться, доцільно обчислити розмах оцінок у балах, який розраховується як різниця між максимальною і мінімальною оцінкою, виставленою експертами *j*-му фактору [3]. Як показує величина розмаху (табл. 4), особливої розбіжності в оцінках експертів не спостерігається, за винятком двох факторів – P_3 (асоціація України з ЄС) та E_1 (інвестиційний клімат). Розраховані значення коефіцієнтів конкордації за всіма групами факторів вартості наближаються до 1, отже, можливо стверджувати, що думки експертів є злагодженими.

За даними проведеного аналізу прогнози на найближчі три-чотири роки залишаються помірно позитивними. На думку експертів, політичне рішення конфлікту на Сході і зростання потреби у кваліфікованих фахівцях з урахуванням євроінтеграційних процесів матимуть у найближчі роки вагоме значення. Серед гальмуючих факторів вартості акціонерних товариств експертами були визначені нерозвиненість та недосконалість фондового ринку, політична нестабільність в Україні, часті зміни у податковому законодавству, слабкий ступінь розвитку інновацій, наукових розробок та інформаційних технологій.

До позитивних чинників вартості акціонерних товариств за результатами прогнозу можна віднести хоча й повільне, але стабільне зростання економіки; уповільнення інфляційних процесів; перспективну привабливість українських підприємств у межах M & A угод внаслідок вдалого державного регулювання тощо.

Проте внаслідок інфляційних процесів останніми роками знизилася вартість активів, що безпосередньо впливає на інвестиційну привабливість акціонерних товариств. Фактично через велику кількість об'єктів для продажу і незначну кількість пропозицій в Україні встановився і закріпився жорсткий «ринок покупця».

На рис. 2 наведено результати PEST-аналізу і прогнозу за ключовими факторами вартості акціонерних товариств.

Рис. 2. Результати PEST-аналізу і прогнозу за ключовими факторами вартості акціонерних товариств

Таблиця 5

Квантифікація факторів ризику (за даними експертних висновків)

Фактори ризику	Оцінка ймовірності ризиків, бали	Оцінка впливу на вартість акціонерного товариства, бали
Зміна платоспроможності клієнтів	5,1	3
Коливання валютних курсів	1,7	1
Зміна процентних ставок	2,3	1
Прибутковість (збитковість) бізнесу	4,5	2
Зміна цін	5,4	3

Далі наведемо квантифікацію факторів ризику. За допомогою експертного аналізу були визначені ключові фактори ризику, які притаманні акціонерним товариствам.

З метою прогнозування впливу ризиків на вартість акціонерного товариства за результатами методу експертних оцінок та висновками експертної групи (обрано ту саму групу, що й для оцінки факторів вартості) було визначено значення ймовірності ризику, а згідно з критеріями оцінки ризиків наведено значення його впливу на вартість у балах (табл. 5).

Наочне зображення зміни факторів ризику та їх вплив на вартість акціонерного товариства наведено на рис. 3.

Як свідчить аналіз, найбільш загрозливим для вартості акціонерного товариства є ціновий ризик (зміна цін) та фінансовий ризик (зниження платоспроможності клієнтів та можливість збитковості бізнесу).

Таким чином, на основі проведеної квантифікації факторів вартості та ризику можна скласти ймовірні сценарії зміни вартості акціонерних товариств:

Рис. 3. Зміна факторів ризику та їх вплив на вартість акціонерного товариства

Рис. 4. Варіанти сценаріїв зміни вартості акціонерного товариства під впливом факторів вартості та ризику

1. P = const; {E ↑; S ↑; T ↑}; R = 1 – сценарій «очікування», за якого спостерігається заморожування військового конфлікту на Сході, входження в ЕС, повільне зростання економіки, соціальних та технологічних факторів. Ризик при цьому розвитку подій незначний. У разі такого сценарію вартість акціонерного товариства має тенденцію до зростання.

2. {P ↓, E ↑; S ↑; T ↑}; R = 0 – сценарій «ріст», якому притаманні такі риси, як укріплення політичної стабільності, заморожування або закінчення воєнного конфлікту, входження в ЕС, поступове зростання економіки, підвищення соціального та технологічного рівня розвитку. При цьому ризик відсутній. У цьому разі вартість акціонерного товариства має тенденцію до зростання.

3. {P; E; S; T} = const; R = 2 – сценарій «заморожування», який характеризується відносною незмінністю всіх факторів, тобто відносна політична та економічна стабільність, соціальні та технологічні фактори перебувають на тому ж рівні, що і зараз (не спостерігається ані покращення, ані погіршання). Ризик у цьому разі середній. За цього розвитку подій вартість товариств буде незміною.

4. {P ↑; E ↓; S ↑; T = const}; R = 3 – сценарій «криза», якому притаманне зростання політичної нестабільності, подальше падіння економіки, зниження соціальних факторів та беззмінна технологічно-інноваційна база товариств. Ризик досить високий. У разі такого сценарію вартість акціонерного товариства має тенденцію до зниження.

На рис. 4 наведено графічне зображення варіантів сценаріїв зміни вартості акціонерного товариства під впливом факторів вартості та ризику.

Висновки. Таким чином, у результаті дослідження запропоновано науково-методичний підхід до оцінки факторів вартості та ризиків акціонерного товариства на базі чотирьох методів: Pest-аналізу, експертних оцінок, аналогій та сценаріїв. Результати апробації запропонованого підходу свідчать про можливість його використання та широкий діапазон методів оцінки.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В.В. Ризик у менеджменті / Вітлінський В.В., Наконечний С.І. – К.: ТОВ «Борисфен-М», 1996.
2. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємництві: моногр. / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія / Б.Є. Грабовецький. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 171 с.
4. Дурасова Є.О. Комплексна оцінка фінансових ризиків підприємства [Текст] // Управління розвитком. – № 10(173). – 2014. – С. 15-18.
5. Евланов Л.Г. Теория и практика принятия решений / Л.Г. Евланов. – М.: Экономика, 1984. – 176 с.
6. Камінський А.Б. Моделювання фінансових ризиків / А.Б. Камінський. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2006. – 304 с.
7. Кандинская О.А. Управление финансовыми рисками: поиск оптимальной стратегии / О.А. Кандинская. – М.: Юнити, 2009. – 401 с.
8. Касьяненко Т.Г. Современные проблемы теории оценки бизнеса / Т.Г. Касьяненко. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 353 с.
9. Коупленд Т., Колер Т., Мурин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление [Текст] / Пер. с англ. М. – ЗАО «Олимп-бизнес»,1999.
10. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології. [Текст] / Т. Момот – Х.: Фактор, 2007. – 224 с.
11. Обробка та аналіз статистичних і експертних даних: Навчальний посібник / Під загальною редакцією завідувача кафедри підготовки офіцерів запасу Марченко В.Я. – Київ: вид НУОУ, 2011. – 118 с.

12. Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: учебник: в 3 ч. / А.И. Орлов. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, Ч. 2: Экспертные оценки. – 2011. – 486 с.
13. Шапкин А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин. – 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и КО». – 2013. – 546 с.
14. Щербакова О.Н. Методы оценки и управления стоимостью компании, основанные на концепции экономической добавленной стоимости / О.Н. Щербакова // ФМ. – 2005. – № 3. – С. 46-54.
15. Pratt Shannon P. Valuing a Business: The Analysis and Appraisal of Closely Held Companies / Shannon P. Pratt, Alina V. Niculita. – New York: McGraw-Hill Companies, Inc, 2008. – 1108 p.

Аннотация. Предложен научно-методический подход к оценке ключевых факторов стоимости и риска, который позволяет определить их влияние на стоимость акционерного общества и определить стратегические векторы управления ею. Оценка влияния факторов стоимости и рисков включает три этапа (оценка факторов стоимости на основе PEST-анализа и метода экспертных оценок; оценка факторов риска с помощью экспертных методов и метода аналогий; построение сценариев влияния этих факторов на стоимость акционерного общества в прогнозируемом периоде на основе сценарного подхода).

Ключевые слова: факторы стоимости, факторы риска, оценка стоимости акционерного общества, метод экспертных оценок, сценарный подход.

Summary. The scientific-methodical approach to the evaluation of key factors of cost and risk is proposed, which allows to determine the effect of their influence on the value of the joint-stock company and to determine the strategic vectors of its management. The evaluation of the influence of cost and risk factors includes three stages: the evaluation of cost factors based on PEST analysis and the method of peer reviews; assessment of risk factors using expert methods and the analogy method; the construction of scenarios of the influence of these factors on the value of the joint-stock company in the forecast period on the basis of the scenario approach.

Key words: cost factors, risk factors, valuation of joint-stock company, method of expert assessments, scenario approach.

УДК 339.138

Бабаченко Л. В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики
Чернігівського національного технологічного університету

Babachenko L. V.
Candidate of Economic Sciences
Chernihiv National University of Technology

СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

STRATEGIC MARKETING IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

Анотація. У статті розглянуто роль і місце маркетингу в управлінні діяльністю промислового підприємства на ринку. Досліджено, що реалізація сучасної парадигми маркетингу на підприємстві здійснюється шляхом упровадження концепції стратегічного маркетингу. Зазначено, що стратегічний маркетинг відіграє провідну роль на підприємстві, має інтегрований характер на основі об'єднання корпоративної, бізнес- і функціональної стратегії. Визначено, що використання концепції стратегічного маркетингу має орієнтувати підприємство на формування системи моніторингу та аналізу його конкурентоспроможності, підвищення здатності адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища і регулярний перегляд бізнес-портфеля з огляду на зміни загальної стратегії підприємства.

Ключові слова: стратегічне управління, маркетинг, стратегічний маркетинг, концепція, промислове підприємство.

Постановка проблеми. В умовах нестабільності зовнішнього економічного середовища, посилення впливу на підприємства економічних, соціальних, екологічних, політичних та інших чинників вимоги до системи управління сучасним промисловим підприємством підвищуються. Моделі стратегічного управління підприємством потребують активного використання маркетингу, що сприятиме економічному розвитку підприємства з урахуванням змін ринкового середовища, забезпечуватиме готовність контролювати зміни, адаптуватися до нових умов, освоювати альтернативні види діяльності та впроваджувати нові технології.

Сьогодні застосування маркетингу на підприємствах як цілісної концепції ринкового управління є радше винятком, ніж правилом. Найбільш типовим і можливим для більшості українських підприємств є використання груп взаємопов'язаних методів і засобів маркетингової діяльності, а також окремих елементів комплексу маркетингу.

Зарубіжний досвід теорії і практики сучасного менеджменту свідчить, що перехід від поточного планування діяльності підприємства до довгострокового, а потім і стратегічного в країнах з ринковою економікою є необхідним, оскільки викликаний прискоренням темпів науково-технічного та соціально-економічного розвитку, посиленням елементів невизначеності в ринкових відносинах. Недостатність практичного досвіду стратегічного планування на промислових підприємствах України впливає на своєчасність реагування на ринкові умови, що постійно змінюються, тому в сучасних умовах стратегічний маркетинг повинен стати важливим складником діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питання стратегічного планування діяльності підприємств здійснювали у своїх працях багато зарубіжних учених, таких як І. Ансофф, М. Портер, Д. Аакер, Дж. Куінн, Ж. Ламбен, Г. Мінцберг, А. Стрікленд, А. Томпсон. Серед вітчизняних учених, які проводили дослідження, присвячені проблематиці стратегічного управління підприємством, необхідно назвати В.Г. Герасимчука, В.П. Залізнюк, Н.В. Куденко, І.А. Каланджи, А.П. Наливайка, Є.Г. Панченка. Проте не досить науково дослідженою та обґрунтованою залишається значна кількість складових елементів та етапів маркетингового стратегічного планування.

Сьогодні великого значення набуває маркетинговий підхід до вирішення проблем управління промисловим підприємством. Тому недослідженим залишається питання удосконалення управління діяльністю підприємства на основі стратегічного маркетингу у зв'язку з необхідністю швидкої адаптації до змін зовнішнього середовища.

Метою статті є дослідження особливостей формування системи стратегічного маркетингу на промисловому підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Парадигма стратегічного планування ґрунтується на оцінці впливу зовнішнього економічного середовища на діяльність підприємства та дослідженні стану його внутрішнього середовища. Маркетинг відіграє провідну роль у забезпеченні взаємодії між підприємством і зовнішнім середовищем на основі оцінки і вибору ефективних сфер діяльності. Маркетингові технології активно використовуються у процесі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища промислового підприємства та сприяють визначенню стратегічних орієнтирів у напрямі майбутніх сфер діяльності і ринків збуту. Теорії, концепції і методи маркетингу широко застосовуються на стадіях аналізу галузі й оцінки конкурентної ситуації, під час вибору стратегії підприємства і на етапі оцінки отриманих результатів. Як на корпоративному рівні, так і на рівні підприємства маркетинг сприяє вибору такої позиції на ринку, яка би створювала умови для повного задоволення потреб споживача [1, с. 247]. При цьому така позиція підприємства передбачає не тільки поточні потреби, а й можливі перспективи їх змін. Маркетинг як одна з провідних функцій підприємства покликаний відігравати активну роль у реалізації обраної стратегії за рахунок встановлення тісних зв'язків між його провідними функціональними службами і забезпечувати координацію всіх видів управлінської діяльності на підприємстві.

Результатом успішного планування у промисловому маркетингу є клієнт і його потреби, а продукт є величиною змінною. Основною величиною у промисловому маркетингу є клієнти з їх запитами і потребами. Вибір майбутніх клієнтів і цільових ринків – найважливіше рішення, яке приймається будь-якою комерційною компанією або іншою економічною організацією, і воно є фактором успіху бізнесу. Найбільше значення під час розроблення маркетингової стратегії має оцінка сильних і слабких сторін організації та співвідношення їх із незадоволеними потребами клієнтів на ринку. Тому ефективність маркетингової стратегії залежить як від оцінки сильних і слабких сторін підприємства, так і від інформованості про потреби клієнтів і ступеня, в якому ці потреби задовольняються постачальниками. Досвід багатьох маркетологів у сфері промислового виробництва показує, що найбільш поширена помилка у процесі розроблення маркетингової стратегії – переоцінка виробником унікальності свого продукту і його здатності задовольнити потреби клієнта. Це наслідок загальноприйнятого фокусування на технічних характеристиках продукту і виробництві, яке властиве багатьом промисловим маркетологам, особливо тим, хто має стосунок до передових технологій.

Здійснюючи управлінську діяльність на підприємстві, виділяють три основних рівні стратегічних рішень – визначення корпоративної стратегії, стратегії підприємства та маркетингової стратегії [2, с. 81]. Стратегія на рівні корпорації визначає портфельну політику, пов'язану з поглинанням компаній, продажем частини власності і диверсифікацією. Підприємства, які входять у корпорацію, належать до стратегічних бізнес-одиниць. Другий рівень – це рішення на рівні підприємств, які концентрують увагу на тому, як конкурувати в галузі або на товарному ринку. Стратегічні рішення на цьому рівні пов'язані з досягненням і підтримкою конкурентоспроможності, з вибором цільових сегментів ринку і встановленням асортименту пропонованої продукції. Маркетингова стратегія використовується для прийняття рішень щодо розміщення ресурсів з метою досягнення конкурентних переваг на обраних товарних ринках. Для виявлення і використання конкурентних переваг підприємства повинні приймати численні рішення на функціональних рівнях, такі як розроблення нових продуктів, створення торговельної мережі та управління нею і торговими агентами, створення і впровадження рекламних програм.

Зарубіжні консультанти з питань управління зазначають, що концепція маркетингу, незважаючи на всі запевнення топ-менеджменту і всі зовнішні підтвердження її використання, не отримує повномасштабного визнання у промислових компаніях. Тому важливо виокремити чотири ключові аспекти застосування маркетингової концепції на ринку промислового виробництва:

1) прагнення до збільшення прибутку, з огляду на те, що такі показники, як обсяг продажів і частка ринку самі по собі не настільки важливі, як у споживчому маркетингу;

2) визначення потреб клієнтів, для чого потрібне розуміння економічних механізмів поведінки клієнтів, знання структури галузі, в межах якої вони діють, і їх конкурентних стратегій;

3) відбір груп клієнтів, що мають першорядну важливість, оскільки це є класичною проблемою сегментації ринку, особливе значення якої у промисловому маркетингу визначається високим ступенем взаємозалежності продавця і споживача після продажу;

4) розроблення продукту чи пакету послуг, тому що в промисловому маркетингу продукт рідко буває стан-

дартним, тому доводиться розробляти супутні послуги, часто важливіші, ніж сам продукт.

На промисловому підприємстві зміни в маркетинговій стратегії приведуть до потреби прийняття інвестиційних зобов'язань для придбання нового обладнання, внесення змін у дослідно-конструкторську роботу або відмови від традиційних методів інжинірингу і виробництва. Будь-які дії можуть позначитися на підприємстві загалом. І хоча необхідність у цих кроках можуть виявити маркетологи, саме керівництво повинне визначити напрям, у якому буде працювати підприємство і зможе реагувати на потреби ринку, забезпечивши дотримання цього напряму співробітниками кожного відділу.

Залежно від стадії розвитку підприємства та його орієнтації на зовнішнє середовище виділяють три рівні використання маркетингової концепції в управлінні [3, с. 54]:

– на підприємстві ізольовано реалізуються окремі елементи маркетингу (реклама, стимулювання збуту, ціноутворення з урахуванням попиту);

– на підприємстві використовуються окремі комплекси взаємопов'язаних методів і засобів маркетингової діяльності (розроблення продукції, виходячи з оцінки кон'юнктури ринку, обслуговування після продажу);

– маркетинг стає концепцією ринкового управління підприємства, що зумовлює створення служб маркетингу.

Перш ніж концепція управління набула ринкового характеру, маркетинг пройшов у своєму розвитку низку проміжних етапів.

Варто відрізняти маркетинг як певну концепцію від маркетингу як комплексу різноманітних видів діяльності, що здійснюються фахівцями, і маркетинг як образ мислення – від маркетингу як способу дії. Ж.Ж. Ламбен розглядає три аспекти концепції маркетингу – активний аспект (проникнення на ринки), аналітичний аспект (розуміння ринків) та ідеологічний аспект (спосіб мислення).

Аналізуючи еволюцію поглядів на роль маркетингу в компанії, Ф. Котлер виділяє такі її етапи: 1) маркетинг стає функцією, рівнозначною управлінню виробництвом, фінансами та персоналом; 2) роль маркетингу порівняно з перерахованими функціями зростає; 3) маркетинг трансформується в основну функцію, якій підпорядковуються інші; 4) споживач стає контролюючою ланкою та спрямовує розвиток перерахованих функцій; 5) дії споживача є контролюючою, а маркетинг – інтегруючою функцією, що зв'язує центр (ядро) управління, яким є споживач, і управління виробництвом, фінансами та персоналом [4, с. 348].

Розглядаючи управління маркетингом як цілеспрямований процес впливу суб'єкта на об'єкт ринкових відносин, можна виокремити дві основні області – стратегію і тактику. Кожна з них визначає свою лінію управлінської поведінки, але стратегічна модель управління має домінуючий вплив на тактику управління, оскільки не тільки позиціонування підприємства на ринку, але і його активна дієва позиція вимагає вироблення концепції стратегічної політики, що є підставою для визначення механізму тактичної дії. Саме тактична поведінка дає змогу досконально вивчити точність цільових засад стратегії управління маркетингом, які представляють собою послідовність вибору і відстеження загальних напрямів поведінки фірми на ринку з урахуванням конкретних ціннісних орієнтацій фірми – політичної ситуації, поведінки конкурентів, тенденцій розвитку технологій, що дають змогу мобільно скоригувати стратегічні рішення щодо регулювання позицій на ринку для ефективного досягнення необхідних результатів у майбутньому.

Пройшовши низку етапів у своєму розвитку (виробничий, товарно-функціональний, розподільчо-збутовий), новітній маркетинг отримав найбільш широке поширення у формі ринкової концепції управління, принциповою відмінністю якої є перехід від управлінських рішень на відокремлених виробництвах до їх об'єднання в єдиний технологічний процес. Визначальним моментом цієї концепції маркетингу є сформована думка, згідно з якою головний зміст маркетингової діяльності становить орієнтація всіх видів підприємницької активності на задоволення потреб покупців (споживачів) [5, с. 167].

Нова маркетингова парадигма включає такі базові елементи, як довгострокові відносини між покупцем і продавцем; орієнтація на досягнення конкурентної переваги; організація інновацій; розвиток партнерських відносин зі споживачами, постачальниками і продавцями.

Реалізація сучасної парадигми маркетингу на підприємстві здійснюється шляхом упровадження концепції стратегічного маркетингу.

На початку 80-х років постійні зміни технологічних, економічних та конкурентних умов зумовили появу на підприємствах стратегічного маркетингу. Стратегічна концепція передбачає зміщення акценту з продукції і споживача в бік зовнішнього середовища функціонування підприємств. Актуальність стратегічного підходу до маркетингу викликана необхідністю враховувати і за можливості контролювати ті аспекти зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, які найбільшою мірою впливають на його діяльність.

Сутність стратегічного маркетингу полягає в тому, що підприємство повинне вкладати більше коштів у такі заходи, які дадуть йому можливість своєчасно виявляти найважливіші зміни в зовнішньому середовищі і пристосуватися до них, відповідним чином перегруповуючи свої ресурси.

На думку Б. Замятіна, стратегічний маркетинг являє собою «систему стратегічного управління виробничо-збутовою діяльністю фірми, яка спрямована на максимізацію прибутку за допомогою впливу на ринкові умови». При цьому важливо відзначити, що, хоча стратегічний маркетинг і розглядається як складова частина стратегічного менеджменту, визнається, що це особлива частина, оскільки розвиток кожної з цих двох стратегічних концепцій (менеджменту і маркетингу) відбувається відокремлено. Головна відмінність стратегічного менеджменту від стратегічного маркетингу, на думку Б. Замятіна, полягає у різній природі фундаментальних теорій, які їх створили, тобто перша полягає у дослідженнях сфери виробництва, а друга – сфери обігу [6, с. 53].

Стратегічний потенціал маркетингу можна використовувати, проводячи аналіз конкурентного ринку, визначаючи перспективи розвитку підприємств і розподілу ресурсів. Маркетингові дослідження повинні бути спрямовані на вивчення стану наявних ринків, визначення та оцінку нових можливостей. Стан наявних ринків визначається їх сегментацією і позиціонуванням підприємства. Портфельна стратегія розподілу повинна дотримуватися балансу між поточною діяльністю і новими можливостями фірми, тому істотного значення набувають маркетингові дослідження попиту на нові товари, а також розроблення життєвого циклу товару.

Стратегічний маркетинг можна визначити як цілеспрямований процес дії господарського суб'єкта на об'єкт ринкових відносин, пов'язаний з визначенням позиції підприємства на ринку та розробленням комплексу дій, що передбачають вироблення концепції стратегічної політики, яка, своєю чергою, є основою для визначення механізму тактичних дій.

Стратегічний маркетинг також необхідно розглядати і як системний спосіб мислення керівників підприємства,

що забезпечує узгодження цілей і стратегій підприємства з його можливостями, орієнтований на вирішення проблеми отримання максимального ефекту як для підприємства, так і для споживача під час продажу товарів або послуг із мінімальним комерційним ризиком. Альтернативні варіанти необхідно розробляти з урахуванням умов забезпечення високої якості та ефективності маркетингових рішень. Для підвищення якості та зниження витрат варто використовувати сучасні засоби інформаційного забезпечення процесу прийняття рішення. Відомий західний методолог менеджменту П. Лоранж вважає, що інструментом, що допомагає у прийнятті управлінських рішень, є процес планування. З його позиції важливим завданням стратегічного планування є забезпечення нововведень та змін в організації тактики управління [7, с. 362].

Загалом же стратегічне і тактичне планування розуміється як набір дій і рішень, здійснених керівництвом, які ведуть до розроблення програми дій, призначених для того, щоб допомогти підприємству досягти своїх цілей. Вибір найбільш оптимальних цілей повинен передбачати процес прийняття рішень, який мав би вплив на всі управлінські функції. Особливо це стосується зв'язку стратегічного і тактичного планування. Без використання переваг процесу планування підприємство загалом і окремі люди будуть позбавлені чіткого способу оцінки мети або напряму своєї діяльності [8, с. 194].

Головним завданням планування в системі маркетингу є зменшення ступеня невизначеності та ризику в господарській діяльності. Воно забезпечує збалансований зв'язок цілей маркетингу з цілями підприємства, з його потенційними можливостями виробництва та реалізації продукції [9, с. 14]. Стратегічне і тактичне (оперативне) планування супроводжується прийняттям стратегічних і оперативних рішень. У процесі прийняття оперативних рішень застосовуються інтуїція і судження, тоді як під час прийняття стратегічних рішень використовують раціональні методи економічного аналізу та оптимізації.

Процес розроблення стратегічного плану передбачає обґрунтування позиції для кожної функції з урахуванням їх внеску в забезпечення необхідними ресурсами підприємства. З урахуванням цих передумов сформульована роль стратегічного маркетингу:

– визначення позиції підприємства на ринку, яка забезпечить задоволення потреб цільових клієнтів з урахуванням зміни факторів зовнішнього оточення;

– розроблення конкурентних стратегій для забезпечення адекватної ринкової позиції та обґрунтування відповідних функціональних стратегій;

– укладення угоди з керівництвом і функціональними службами з метою інтеграції всіх стратегій і посилення орієнтації на споживача;

– формування спільно з фінансовою службою на основі короткострокових критеріїв ціннісних орієнтирів для всіх учасників підприємства.

Варто зазначити, що стратегічний маркетинг відіграє провідну роль на підприємстві, має інтегрований характер на основі об'єднання корпоративної, бізнес- і функціональної стратегій.

Таким чином, використання концепції стратегічного маркетингу має орієнтувати підприємство на те, щоби базувати свою діяльність на стратегічних можливостях, розробляти системи моніторингу та аналізу конкурентоспроможності, підвищувати здатність адаптації до змін зовнішнього середовища і регулярно переглядати бізнес-портфель з урахуванням зміни загальної стратегії підприємства.

Висновки. Узагальнюючи викладене, можна дійти висновку, що стратегічні рішення, які визначають напрям діяльності промислового підприємства, вибір ринків і ринкових сегментів, мають прийматися на основі аналізу взаємодії між факторами зовнішнього середовища і можливостями підприємства. На сучасному етапі управління підприємством і маркетингом повинне мати стратегічний характер, оскільки система стратегічного управління підприємством орієнтована насамперед на глобальні якісні цілі, тому вся перспективна управлінська діяльність підприємства повинна будуватися відповідно до її місії і бути узгодженою з підходами сучасного стратегічного маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Зозульов О.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. / О.В. Зозульов. К.: Знання, 2004. – 364 с.
2. Горєлов Д.О. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д.О. Горєлов, С.Ф. Большенко. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.
3. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак, В. Шумейко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 4. – С. 52-55.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф.Котлер. – 11-е изд. – СПб: Питер, 2004. – 800 с.
5. Маркетинговий менеджмент. [Текст]: навч. посібник / Л.В. Балабанова [та ін.] – 2-ге вид., переробл. і доп. – Донецьк: Дон ДУЕТ, 2002. – 290 с.
6. Замятин Б.О сущности стратегического маркетинга / Б. Замятин, И. Семенов // Рос. экон. журн. – 1997. – № 3. – С. 52-54.
7. Лоранж П. Новый взгляд на управленческое образование: задачи руководителей / П. Лоранж. – М.: Олимп-Бизнес. – 2004. – 388 с.
8. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
9. Бабаченко Л.В. Прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу / Л.В. Бабаченко, С.О. Галяміна // Міжнародна науково-практична конференція «Державне управління і національна безпека». – Київ, 29 вересня 2016р. – С. 14-15.

Аннотация. В статье рассмотрены роль и место маркетинга в управлении деятельностью промышленного предприятия на рынке. Доказано, что реализация современной парадигмы маркетинга на предприятии осуществляется путем внедрения концепции стратегического маркетинга. Отмечено, что стратегический маркетинг играет ведущую роль на предприятии, носит интегрированный характер на основе объединения корпоративной, бизнес- и функциональной стратегии. Определено, что использование концепции стратегического маркетинга должно ориентировать предприятие на формирование системы мониторинга и анализа его конкурентоспособности, повышение способности адаптации предприятия к изменениям внешней среды и регулярный пересмотр бизнес-портфеля с учетом изменения общей стратегии предприятия.

Ключевые слова: стратегическое управление, маркетинг, стратегический маркетинг, концепция, промышленное предприятие.

Summary. The article considers the role and place of marketing in the management of the activity of the industrial enterprise in the market. It was investigated that the implementation of the modern paradigm of marketing in the enterprise is carried out through the introduction of the concept of strategic marketing. It is noted that strategic marketing occupies a leading role in the enterprise, is integrated in nature, based on the consolidation of corporate, business and functional strategy. It is determined that the use of the concept of strategic marketing should orient the enterprise to form a system for monitoring and analysis of its competitiveness, increasing the ability of the company to adapt to changes in the environment and a regular review of the business portfolio, taking into account changes in the overall strategy of the enterprise.

Key words: strategic management, marketing, strategic marketing, concept, industrial enterprise.

УДК 331.214.3:338.43:005.934

Бабич М. М.
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри економіки підприємств
Миколаївського національного аграрного університету

Крилова І. Г.
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки підприємств
Миколаївського національного аграрного університету

Савенко О. С.
студент
Миколаївського національного аграрного університету

Babych M. M.
PhD, Assistant Professor,
The doctoral student of department of business of economy
Mykolayiv National Agrarian University

Krylova I. H.
PhD, Assistant Professor,
Assistant professor of department of business of economy
Mykolayiv National Agrarian University

Savenko O. S.
Student
Mykolayiv State Agrarian University

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ЕКОНОМІЧНОЮ ДОСТУПНІСТЮ ДО ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ТА РІВНЕМ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

THE RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMIC ACCESSIBILITY TO FOOD AND THE LEVEL OF LABOR PRODUCTIVITY IN AGRICULTURE

Анотація. У статті проведено оцінку рівня продуктивності праці з погляду економічної доступності до продовольства (через рівень заробітної плати). Здійснено рейтингову оцінку та встановлено відхилення індексів від найвищого рівня районів Миколаївської області за такими показниками, як: середньомісячна заробітна плата працівників сільського господарства (в розрахунку на одного штатного працівника); продуктивність праці у сільськогосподарських підприємствах районів; виробництво основних видів продукції рослинництва та тваринництва на одного працюючого в галузі. Визначено міру впливу та взаємозв'язок показників продуктивності праці в сільському господарстві та рівня продовольчого забезпечення населення (за індикатором виробництва основних видів продукції на одну особу та рівнем заробітної плати).

Ключові слова: продуктивність праці, продовольча безпека, заробітна плата, витрати, чистий дохід, валова продукція, сільськогосподарські підприємства, Миколаївська область.

Постановка проблеми. Забезпечення продовольчої безпеки є проблемою світового масштабу, але вирішення її можливе лише з урахуванням регіональних особливостей та специфіки розвитку місцевого населення (соціальний фактор) та сільськогосподарського виробництва (економічний фактор). Своєю чергою, обсяги виробництва сільсько-

господарської продукції залежать від продуктивності землі, капіталу та трудових ресурсів. Оскільки трудові ресурси на селі переважно складаються з місцевого населення, встановлюється залежність між продуктивністю праці в сільському господарстві та рівнем продовольчого забезпечення селян і з погляду кількості та якості виробленої продукції, і з погляду їх купівельної спроможності [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти проблеми продовольчої безпеки розглядаються у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, серед них: В. Власов, Л. Глубіш, В. Битов, В. Немченко, Р. Мудрак та ін.

Значний внесок у вивчення стану та розроблення напрямів підвищення продуктивності праці в сільському господарстві зробили такі економісти, як: С. Бабенко, О. Васильєва, Л. Мармуль, О. Польова, М. Черкашина, Р. Чорна, Л. Шелудько та ін.

Разом із тим у сучасних умовах вирішення проблеми підвищення продуктивності праці потребує її розгляду в контексті продовольчого забезпечення населення.

Мета статті полягає в аналізі рівня продуктивності праці з погляду продовольчого забезпечення населення для визначення рівня впливу та взаємозв'язку показників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Продуктивність праці є одним із загальновизнаних показників, який характеризує ефективність функціонування будь-якого господарюючого суб'єкта. В ньому акумулюється в тісному поєднанні ефективність використання робочої сили, земельних, матеріально-технічних та фінансових ресурсів. Заробітна плата виступає в ролі домінуючого чинника зацікавленості працівників у результатах своєї праці та її продуктивності й є статтею витрат на виробництво продукції. Ці економічні категорії взаємозумовлені, їх взаємозв'язок характеризує рівень відповідності темпів зростання заробітної плати і продуктивності праці: чим вищі темпи підвищення продуктивності праці, тим ширші можливості на підприємстві для зростання оплати трудового внеску працівників, зайнятих у виробництві, й навпаки. За таких умов підприємства мають змогу вести розширене відтворення, виробляти достатню кількість продукції з найменшими витратами, водночас підвищуючи розміри матеріального стимулювання. Вивчення їх стану загалом і тенденцій кожного зокрема, а також співвідношення зазначених показників, особливо в динаміці, є важливим завданням економічної науки на макрорівні, де відбувається їх формування [2].

На нашу думку, дослідження рівня продуктивності праці у сільському господарстві через призму рівня оплати праці важливе ще й із погляду забезпечення рівня доступності до продовольства. З одного боку, кількість виробленої продукції одним працівником забезпечує йому відповідний рівень оплати праці, а з іншого – можливість фізичного (чим більша кількість, тим більші можливі обсяги споживання товару, достатня їх наявність) та економічного (чим вищий рівень оплати праці, тим більші можливості споживати якісну та в достатній кількості продукцію) доступу до продовольства.

За даними табл. 1, середньомісячна заробітна плата працівників сільськогосподарських підприємств та рівень продуктивності їх праці під час виробництва продукції сільського господарства значно коливаються в розрізі адміністративно-територіальних одиниць Миколаївської області: найвищий показник середньомісячної оплати праці встановлено у Вітовському районі (4 951 грн.), а найменший – у Врадіївському районі (1 425 грн.); при цьому найвищий показник продуктивності праці встановлено у Веселинівському районі (1 822 тис. грн.), а найменший – у Новобузькому (446 тис. грн.) районах.

Під час порівняння індексів середньомісячної заробітної плати та продуктивності праці (щодо найвищих показ-

Таблиця 1

Витрати на оплату праці під час виробництва продукції сільського господарства та продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області в 2016 р.

Адміністративна одиниця	Витрати на оплату праці, тис. грн.	Питома вага фонду оплати праці, %	Кількість працівників, осіб	Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	Середньомісячна заробітна плата працівників, грн.	Продуктивність праці, тис. грн.	Відхилення індексів середньомісячної заробітної плати та продуктивності праці
Арбузинський	52266,7	8,7	1150	822582,4	3787,44	715,3	0,372
Баштанський	25347,6	8,4	821	518171,6	2572,84	631,1	0,173
Березанський	19335,1	8,0	683	378050,8	2359,09	553,5	0,173
Березнегуватський	14162,9	5,7	577	360986,9	2045,48	625,6	0,07
Братський	23703,6	7,4	860	451097,5	2296,86	524,5	0,176
Веселинівський	23765,9	4,7	568	1034970,3	3486,78	1822,1	-0,296
Вітовський	73845,9	16,2	1243	804837,9	4950,78	647,5	0,645
Вознесенський	13377,7	3,0	410	716584,9	2719,04	1747,8	-0,41
Врадіївський	2908,7	2,0	134	190981,8	1808,89	1425,2	-0,417
Доманівський	11898,7	5,4	433	335522,2	2289,97	774,9	0,037
Єланецький	10422,5	3,3	391	575586,4	2221,33	1472,1	-0,359
Казанківський	15551,5	6,7	486	350910,8	2666,58	722,0	0,142
Кривоозерський	23806,7	7,2	688	577327,8	2883,56	839,1	0,122
Миколаївський	17080,7	3,6	788	797709,1	1806,33	1012,3	-0,191
Новобузький	18393,2	9,9	665	296762,5	2304,91	446,3	0,221
Новоодеський	16113,2	6,5	602	401584,0	2230,51	667,1	0,084
Очаківський	22143,1	8,7	725	511567,8	2545,18	705,6	0,127
Первомайський	45543,3	7,4	1490	1025434,8	2547,16	688,2	0,137
Снігурівський	14061,0	2,7	541	929788,1	2165,90	1718,6	-0,506

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

ників у рядах) під час виробництва продукції сільського господарства в районах Миколаївської області було встановлено від'ємні значення відхилень у Снігурівському, Миколаєвському, Єланецькому, Врадіївському, Вознесенському та Веселинівському районах.

Отримані дані свідчать про те, що в указаних територіально-адміністративних одиницях Миколаївської області середньомісячна заробітна плата працівників сільського господарства значно відстає від рівня продуктивності праці порівняно з іншими районами Миколаївської області. Тобто за більшого виробітку працівники отримали меншу заробітну плату.

Дослідження показали, що середньомісячна заробітна плата працівників сільськогосподарських підприємств галузі рослинництва та рівень продуктивності їх праці під час виробництва продукції рослинництва значно коливається у розрізі адміністративно-територіальних одиниць Миколаївської області: найвищий показник середньомісячної оплати праці встановлено у Вітовському районі (5 283 грн.), а найменший – у Врадіївському районі (1 809 грн.); при цьому найвищий показник продуктивності праці встановлено у Веселинівському районі (1 807 тис. грн.), а найменший – у Новобузькому районі (492 тис. грн.).

Під час порівняння індексів середньомісячної заробітної плати та продуктивності праці (щодо найвищих показників у рядах) під час виробництва продукції рослинництва в районах Миколаївської області було встановлено від'ємні значення відхилень у Снігурівському, Миколаївському, Єланецькому, Доманівському, Врадіївському, Вознесенському та Веселинівському районах.

Встановлено, що середньомісячна заробітна плата працівників сільськогосподарських підприємств галузі тваринництва та рівень продуктивності їх праці під час виробництва продукції тваринництва значно коливається у розрізі адміністративно-територіальних одиниць Миколаївської області: найвищий показник середньомісячної оплати праці встановлено у Кривоозерському районі (4 237 грн.), а найменший – у Єланецькому районі (1 429 грн.); при цьому найвищий показник продуктивності праці встановлено у Кривоозерському районі (700,3 тис. грн.), а найменший – у Вознесенському районі (14 тис. грн.).

Під час порівняння індексів середньомісячної заробітної плати та продуктивності праці (щодо найвищих показників у рядах) під час виробництва продукції тваринництва у районах Миколаївської області не було встановлено від'ємних значень відхилень, а у Кривоозерському районі таке відхилення становило 0,0.

За методикою визначення продовольчої безпеки наявність зернових запасів є одним із ключових індикаторів рівня достатності продуктів харчування.

Коливання показнику виходу отриманого зерна в розрахунку на одного працівника галузі рослинництва в досліджуваному регіоні значне: різниця між найвищим та найнижчим рівнями показника сягає 572 т. Так, за даними табл. 2, найвищий показник кількості вироблених зернових у розрахунку на одного працівника встановлено у Врадіївському районі (639 т), а найменший – у Новобузькому районі (67 т); так само найвищий обсяг кількості вироблених зернових в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі встановлено у Врадіївському районі (10 т), а найменший – у Новобузькому районі (0,7 т).

Під час порівнянні індексів співвідношення кількості виробленої пшениці в розрахунку на одного працівника та на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі до найвищих показників по області було встановлено, що лише у Вітовоському та Очаківському районах індекси співвідношення кількості виробленого соняшнику в розрахунку на одного працівника нижчі від індексів співвідношення кількості виробленого соняшнику в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі.

Таблиця 2

Витрати на оплату праці та продуктивність праці під час виробництва зернових культур у сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області в 2016 р.

Адміністративна одиниця	Витрати на оплату праці, тис. грн.	Питома вага фонду оплати праці, %	Кількість виробленої продукції				
			усього, т	у розрахунку на:			
				1 працівника		100 грн. витрат на оплату праці	
				т	індекс	т	індекс
Арбузинський	12425,6	8,9	152829	200,3	0,313	1,2	0,119
Баштанський	5438,5	8,1	92588	133,8	0,209	1,7	0,164
Березанський	4303,5	3,0	107449	170,8	0,267	2,5	0,241
Березнегуватський	5749,4	6,7	68436	134,2	0,210	1,2	0,115
Братський	9053,2	8,3	89294	113,0	0,177	1,0	0,095
Веселинівський	10137	4,6	113132	199,2	0,312	1,1	0,108
Вознесенський	5680,3	4,3	102987	92,0	0,144	1,8	0,175
Врадіївський	4623,2	3,4	129265	323,2	0,506	2,8	0,270
Доманівський	827,2	2,2	85620	639,0	1,000	10,4	1,000
Єланецький	3705	5,3	111129	302,0	0,473	3,0	0,290
Єланецький	3817,7	3,4	51648	138,8	0,217	1,4	0,131
Казанківський	4495	6,1	58363	120,3	0,188	1,3	0,125
Кривоозерський	9753,6	8,1	115059	182,1	0,285	1,2	0,114
Миколаївський	4688,9	3,2	103256	162,1	0,254	2,2	0,213
Новобузький	5365,4	10,6	38256	67,4	0,105	0,7	0,069
Новоодеський	6094,4	5,7	81744	178,5	0,279	1,3	0,130
Очаківський	3317,3	3,2	56072	91,0	0,142	1,7	0,163
Первомайський	17261,4	7,0	212663	150,5	0,236	1,2	0,119
Снігурівський	6826,4	5,0	117794	223,1	0,349	1,7	0,167

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Миколаївській області

Ще однією важливою для дослідження продовольчої безпеки сільськогосподарською культурою є соняшник, який забезпечує більшу частку споживаної українцями олії, а також має високий експортний потенціал.

Продуктивність праці під час виробництва соняшнику також коливається у розрізі адміністративно-територіальних одиниць Миколаївської області, але значно менше, ніж по зернових: найвищий показник кількості виробле-

Таблиця 3

Витрати на оплату праці та продуктивність праці під час виробництва соняшнику в сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області в 2016 р.

Адміністративна одиниця	Витрати на оплату праці, тис. грн.	Питома вага фонду оплати праці, %	Кількість виробленої продукції, т				
			усього, т	у розрахунку на:			
				1 працівника		100 грн. витрат на оплату праці	
				т	індекс	т	індекс
Арбузинський	7152,2	7,7	36280	47,5	0,231	0,51	0,177
Баштанський	6088,7	5,1	58354	84,3	0,409	0,96	0,334
Березанський	2052,1	2,8	24929	39,6	0,192	1,21	0,423
Березнегуватський	6128,8	5,2	42010	82,4	0,400	0,69	0,239
Братський	10429	6,9	49423	62,6	0,304	0,47	0,165
Веселинівський	10368,3	4,6	74154	130,6	0,633	0,72	0,249
Вознесенський	1743	3,3	50068	44,7	0,217	2,87	1,000
Врадіївський	5161,4	2,0	63642	159,1	0,772	1,23	0,429
Доманівський	1060,6	2,0	27623	206,1	1,000	2,60	0,907
Єланецький	3866,6	4,2	43188	117,4	0,569	1,12	0,389
Єланецький	5678,9	2,9	59601	160,2	0,777	1,05	0,365
Казанківський	5987,7	5,1	49259	101,6	0,493	0,82	0,286
Кривоозерський	4765,5	6,7	23786	37,6	0,183	0,50	0,174
Миколаївський	4579,7	2,0	61107	95,9	0,465	1,33	0,464
Новобузький	8484,6	8,8	29873	52,6	0,255	0,35	0,123
Новоодеський	6015,5	6,0	47340	103,4	0,502	0,79	0,274
Очаківський	2027,2	3,5	26855	43,6	0,212	1,32	0,461
Первомайський	11159,7	6,5	48540	34,4	0,167	0,43	0,151
Снігурівський	4245,5	1,4	77789	147,3	0,715	1,83	0,638

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Миколаївській області

Таблиця 4

Витрати на оплату праці та продуктивність праці під час виробництва м'яса великої рогатої худоби у сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області в 2016 р.

Адміністративна одиниця	Витрати на оплату праці	Питома вага фонду оплати праці, %	Кількість виробленої продукції				
			усього, ц	у розрахунку на:			
				1 працівника		100 грн. витрат на оплату праці	
				ц	індекс	ц	індекс
Арбузинський	837,2	5,6	7736,12	20,0	0,958	0,92	1,000
Баштанський	225,3	22,7	726,5	5,6	0,270	0,32	0,349
Березанський	202,2	13,4	493,32	9,1	0,438	0,24	0,264
Березнегуватський	179,7	34,4	140,68	2,1	0,101	0,08	0,085
Братський	552	34,8	630,22	9,0	0,431	0,11	0,124
Веселинівський	-	-	-	-	-	-	-
Вознесенський	602,7	16,3	1121,06	9,0	0,433	0,19	0,201
Врадіївський	...[1]	x	...[1]	x	x	x	x
Доманівський	-	-	-	-	-	-	-
Єланецький	243,1	9,5	1099	16,9	0,810	0,45	0,489
Єланецький	56,6	18,2	207,55	10,9	0,523	0,37	0,397
Казанківський	-	-	-	-	-	-	-
Кривоозерський	...[1]	x	...[1]	x	x	x	x
Миколаївський	376,4	17,5	960,82	6,4	0,305	0,26	0,276
Новобузький	352,3	22,8	1250,24	12,9	0,618	0,35	0,384
Новоодеський	567,6	21,6	622,88	4,3	0,207	0,11	0,119
Очаківський	580,8	13,0	2274,98	20,9	1,000	0,39	0,424
Первомайський	86,3	7,5	218,36	2,8	0,136	0,25	0,274
Снігурівський	69,2	17,2	44,84	3,4	0,165	0,06	0,070

[1] *Дані вилучено з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику», щодо конфіденційності інформації*

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Миколаївській області

ного соняшнику в розрахунку на одного працівника встановлено у Врадіївському районі (206 т), а найменший – у Первомайському районі (34 т), що становить різницю між індикаторами у 172 т; найвищий показник кількості виробленого соняшнику в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці у галузі встановлено у Вітовському районі (3 т), а найменший – у Новобузькому районі (0,4 т), що становить різницю між індикаторами у 2,6 т (табл. 3).

Під час порівняння індексів співвідношення кількості виробленого соняшнику в розрахунку на одного працівника та на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі до найвищих показників по області було встановлено, що по Березанському, Вітовському та Очаківському районах індекси співвідношення кількості виробленого соняшнику в розрахунку на одного працівника менші від індексів співвідношення кількості виробленої пшениці в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі. Показники продуктивності під час виробництва соняшнику в натуральних величинах значно менші, ніж під час виробництва зернових, але вартість реалізованої продукції по соняшнику значно переважає ціну реалізації зернових культур.

В Україні протягом останніх 20 років незадовільними залишаються обсяги споживання м'яса та м'ясних продуктів, а також молока та молочних продуктів, які не відповідають раціональним нормам [3]. При цьому виробництво цих продуктів у розрахунку на душу населення також не відповідає раціональним нормам споживання, що дає змогу зробити висновок як про фізичну, так і про економічну недоступність даного продовольства для переважної більшості населення країни.

За даними табл. 4, найвищий показник кількості виробленого м'яса в розрахунку на одного працівника тваринництва встановлено у Очаківському районі і становить лише 21 ц, а найменший – у Березнєгуватському районі – 2 ц; найвищий показник кількості виробленого м'яса в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці у галузі встановлено у Арбузинському районі (1 ц), а найменший – у Снігурівському районі (0,1 ц). Це притому, що у Веселинівському, Доманівському та Казанківському районах виробництвом м'яса великої рогатої худоби взагалі не займається жодне сільськогосподарське підприємство.

Під час порівняння індексів співвідношення кількості виробленого м'яса в розрахунку на одного працівника та на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі до найвищих показників по області було встановлено, що по Арбузинському, Баштанському та Первомайсьому районах індекси співвідношення кількості виробленого м'яса в розрахунку на одного працівника менші від індексів співвідношення кількості виробленого м'яса в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі.

По Очаківському та Доманівському районах різниця між індексами співвідношення кількості виробленого м'яса в розрахунку на одного працівника та індексами співвідношення кількості виробленого м'яса в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі дуже значна.

За даними табл. 5, продуктивність праці під час виробництва молока значно коливається у розрізі адміністративно-територіальних одиниць Миколаївської області: найвищий показник кількості виробленого молока в розрахунку на одного працівника встановлено в Очаківському районі (59 т), а найменший – у Березнегуватському районі (4 т); найвищий показник кількості виробленого молока в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці у галузі встановлено у Первомайському районі (0,4 т), а найменший – у Березнегуватському районі (0,1 т).

При цьому у Веселинівському, Доманівському та Кривоозерському та Снігурівському районах виробництвом молока взагалі не займається жодне сільськогосподарське підприємство.

Таблиця 5

Витрати на оплату праці та продуктивність праці під час виробництва молока в сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області в 2016 р.

Адміністративна одиниця	Витрати на оплату праці	Питома вага фонду оплати праці, %	Кількість виробленої продукції				
			усього, т	у розрахунку на:			
				1 працівника		1 грн. витрат на оплату праці	
				т	індекс	т	індекс
Арбузинський	6072,8	11,6	19301,2	49,9	0,850	0,32	0,801
Баштанський	341,8	25,3	687,9	5,3	0,091	0,20	0,507
Березанський	577,7	27,7	778,3	14,4	0,246	0,13	0,340
Березнегуватський	351,1	40,7	276,5	4,1	0,070	0,08	0,199
Братський	624	33,5	1137,2	16,2	0,277	0,18	0,460
Веселинівський	-	-	-	-	-	-	-
Вознесенський	1838,9	31,1	1574,8	12,7	0,217	0,09	0,216
Врадіївський	...[1]	х	...[1]	х	х	х	х
Доманівський	-	-	-	-	-	-	-
Єланецький	1048,4	13,6	2805,8	43,2	0,736	0,27	0,675
Єланецький	253,9	9,8	802	42,2	0,720	0,32	0,796
Казанківський	...[1]	х	...[1]	х	х	х	х
Кривоозерський	-	-	-	-	-	-	-
Миколаївський	1485	24,8	1475,5	9,8	0,167	0,10	0,251
Новобузький	834,9	21,6	1798,4	18,5	0,316	0,22	0,543
Новоодеський	555,9	19,8	702,6	4,9	0,083	0,13	0,319
Очаківський	3439,1	12,3	6393,8	58,7	1,000	0,19	0,469
Первомайський	281,7	7,8	1117,2	14,5	0,247	0,40	1,000
Снігурівський	-	-	-	-	-	-	-

[1] *Дані вилучено з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику», щодо конфіденційності інформації*

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Миколаївській області

Таблиця 6

Витрати на оплату праці та продуктивність праці під час виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області в 2016 р.

Показник	Групи				
	I	II	III	IV	V
Кількість районів у групі	10	6	1	1	1
Інтервал за рівнем оплати праці по групі, грн.	До 2435,22	2435,23-3064,11	3064,12-3693,00	3693,01-4321,89	4321,90 і вище
Витрати – всього, тис. грн.	2974536,8	2656361,4	612816,8	728468,8	546469,4
у середньому по групі	297453,7	442726,9	612816,8	728468,8	546469,4
у т. ч.: витрати на оплату праці, тис. грн.	130998,9	145769,9	23765,9	52266,7	73845,9
у середньому по групі	13099,9	24295,0	23765,9	52266,7	73845,9
відрахування на соціальні заходи, тис. грн.	28512,6	31627,5	5199,8	11471,7	14691,4
у середньому по групі	2851,3	5271,3	5199,8	11471,7	14691,4
Питома вага фонду оплати праці, %	5,4	6,7	4,7	8,7	16,2
Кількість працівників, осіб	4886	4620	568	1150	1243
у середньому по групі	489	770	568	1150	1243
Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	3920360,2	3699997,7	1034970,3	822582,4	804837,9
у середньому по групі	392036,0	616666,3	1034970,3	822582,4	804837,9
Середньомісячна заробітна плата працівників, грн.	2234,26	2629,33	3486,78	3787,44	4950,78
Продуктивність праці (чистий дохід у розрахунку на 1 працівника), тис. грн.	802,4	800,9	1822,1	715,3	647,5
Окупність витрат на оплату праці чистим доходом, грн.	29,9	25,4	43,5	15,7	10,9

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики у Миколаївській області

Під час порівняння індексів співвідношення кількості виробленого молока в розрахунку на одного працівника та на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі до найвищих показників по області було встановлено, що по всіх 19-ти районах індекси співвідношення кількості виробленого молока в розрахунку на одного працівника вищі за індекси співвідношення кількості виробленого молока в розрахунку на 100 грн. витрат на оплату праці в галузі. По Арбузинському та Єланецькому районах різниця між індексами в галузі дуже значна.

За допомогою методу групування встановимо рівень впливу оплати праці на рівень продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області (табл. 6).

Найвищий рівень оплати праці встановлено у п'ятій групі – 4 950,78 грн., а найвищий рівень продуктивності та окупності витрат на оплату праці чистим доходом – у третій: відповідно 1 822,1 тис. грн. та 43,5 грн. Таким чином, можемо відзначити, що зростання рівня оплати праці лише до певної міри позитивно впливає на рівень продуктивності праці: зростання рівня оплати праці у третій групі на 56,1% порівняно з першою групою призвело до збільшення продуктивності на 127,1%; збільшення рівня оплати праці у п'ятій групі на 121,6% порівняно з першою групою призвело до зменшення продуктивності на 19,3%.

Висновки. Оцінка рівня продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах Миколаївської області підтвердила гіпотезу про вплив та взаємозв'язок показника продуктивності праці в сільському господарстві та фізичної й економічної доступності до продовольства (за індикатором рівня оплати праці).

Список використаних джерел:

1. Бабич М.М. Продуктивність праці в сільському господарстві як фактор забезпечення продовольчої безпеки / М.М. Бабич, Ю.Ю. Загребаленко // Агросвіт. – 2016. – № 13-14. – С. 24-29.
2. Лопотан Л.В. Продуктивність праці та її оплата в сільськогосподарських підприємствах Одеської області: стан, тенденції та співвідношення / Л.В. Лопотан // Аграрний вісник Причорномор'я. Економічні науки. – 2014. – Вип. 75. – С. 162-169.
3. Котикова О.І. Індикація економічного стану сільськогосподарського землекористування в Україні / О.І. Котикова // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2015. – Вип. 2(83). – Т. 1. – С. 25-34.

Аннотация. В статье проведена оценка уровня производительности труда с точки зрения экономической доступности продовольствия (через уровень заработной платы). Осуществлена рейтинговая оценка и установлено отклонение индексов от высокого уровня районов Николаевской области по следующим показателям: среднемесячная заработная плата работников сельского хозяйства (в расчете на одного штатного работника), производительность труда в сельскохозяйственных предприятиях районов; производство основных видов продукции растениеводства и животноводства на одного работающего в отрасли. Определены степень влияния и взаимосвязь показателей производительности труда в сельском хозяйстве и уровня продовольственного обеспечения населения (по индикатору производства основных видов продукции на душу населения и уровнем заработной платы).

Ключевые слова: производительность труда, продовольственная безопасность, заработная плата, расходы, чистый доход, валовая продукция, сельскохозяйственные предприятия, Николаевская область.

Summary. The article assesses the level of productivity in terms of economic availability to food (through the level of wages). Ratings were made and deviations of the indexes from the highest level of districts of Mykolaiv oblast were determined by the following indicators: average monthly salary of agricultural workers (per one full-time employee); Labor productivity in agricultural enterprises of districts; Production of the main types of crop and livestock products for 1 working in the industry. As a result of the study, the extent of influence and interconnection of indicators of labor productivity in agriculture and the level of food supply of the population (according to the indicator of production of the main types of products per person and the level of wages) was determined.

Key words: labor productivity, food safety, wages, expenses, net income, gross output, agricultural enterprises, Mykolaiv region.

УДК 336.71:338.46

Баланчук Д. В.
аспірант кафедри банківської справи
Київського національного торговельно-економічного університету

Balanchuk D. V.
Postgraduate at the Banking Department
Kyiv National University of Trade and Economics

ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ БАНКУ ДЛЯ КОРПОРАТИВНИХ КЛІЄНТІВ

FEATURES OF THE BANK'S SERVICES FOR CORPORATE CLIENTS

Анотація. У статті розглянуто взаємозв'язок понять «банківські послуги», «банківські операції» та «банківські продукти». Здійснено виокремлення загальних і специфічних особливостей банківських послуг у сегменті корпоративного бізнесу. Запропоновано виділити шість основних особливостей усіх банківських послуг, а також сім специфічних особливостей послуг, що характерні для корпоративних клієнтів.

Ключові слова: банківські послуги для корпоративних клієнтів, загальні особливості банківських послуг, специфічні особливості банківських послуг для корпоративних клієнтів.

Постановка проблеми. Визначенню сутності та особливостей банківських послуг присвячено наукові праці вітчизняних та закордонних учених. Водночас банківські послуги для корпоративних клієнтів, як і їх особливості, залишаються малодослідженим предметом вітчизняної науки. Оскільки корпоративні клієнти становлять значний сегмент банківської діяльності, виокремлення особливостей банківських послуг для корпоративних клієнтів потребує окремої уваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різним аспектам банківських послуг приділена значна увага у роботах таких учених, як В. Міщенко, О. Дзюблюк, О. Брегеда, А. Іванов, П. Роуз, Дж. Еванс, М. Савлук, О. Лаврушин та ін. Незважаючи на суттєві наукові досягнення у цьому напрямі, залишається низка невирішених питань. Зокрема, подальшого дослідження вимагає комплекс питань, пов'язаних із послугами банків для корпоративних клієнтів. Це зумовлює необхідність цього наукового дослідження, визначає його мету та завдання.

Мета статті полягає у визначенні особливостей банківських послуг для корпоративних клієнтів. Досягнення цієї мети пов'язане з вирішенням таких завдань, як уточнення трактування таких понять, як банківські послуги, операції та продукти, виокремлення загальних і специфічних особливостей послуг у сегменті корпоративного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Наукові підходи до визначення сутності та ролі понять «банківська операція», «банківська послуга» та «банківський продукт» широко представлені вітчизняними та зарубіжними вченими [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8]. При цьому у науковій літературі через складну економічну природу цих понять досі відсутній єдиний узгоджений підхід щодо їх уніфікованого використання. Згідно з позицією вітчизняного вченого В. Шпильового банківські послуги не пов'язані з формуванням та використанням ресурсів банку (передбачають оплату у вигляді комісії) та поряд із банківськими операціями, які, навпаки, акумулюють кредитний та процентний ризик (передбачають отримання банком процентних доходів або витрат), є різновидами продуктів банку [5]. На думку Р. Угнівенко, банківська послуга визначається як технологічно взаємопов'язаний комплекс банківських операцій, які проводяться банком за дорученням клієнта, а банківський продукт – це продукція у формі депозитів, кредитів та ін. [6]. Позиція інших авторів полягає в тому, що банківські операції, головною метою яких є задоволення потреби клієнта у банківському обслуговуванні, формують банківські послуги, а банківські послуги, які є стандартними, розробленими відповідно до потреб сучасного ринку (мають визначені ринкові параметри та виконуються згідно з певною технологією), утворюють банківські продукти [7; 8].

Аналізуючи вітчизняне банківське законодавство, варто звернутися до ст. 47 «Види діяльності банку» Закону України «Про банки і банківську діяльність», у якій зазначено, що «банк має право надавати банківські та інші фінансові послуги (крім послуг у сфері страхування), а також

здійснювати іншу діяльність, визначену у цій статті» [9]. Згідно з цією статтею до банківських послуг належать: 1) залучення депозитів та банківських металів; 2) відкриття та ведення рахунків клієнтів (у тому числі у банківських металах та рахунків умовного зберігання); 3) розміщення залучених депозитів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик (згідно зі ст. 49 зазначеного Закону вони називаються кредитними операціями). Необхідно зазначити, що до змін до цього Закону, внесених 15 лютого 2011 року, ст. 47 мала назву «Банківські операції», хоча до банківських операцій належали ці самі послуги [10]. До іншої діяльності банків, згідно зі ст. 47, належить зберігання цінностей або надання в оренду індивідуального банківського сейфу, інкасація коштів та перевезення валютних цінностей, надання консультаційних та інформаційних послуг щодо банківських та інших фінансових послуг та ін. При цьому поняття банківських операцій наведено у цьому Законі винятково у контексті «розрахункових банківських операцій» – це рух грошей на банківських рахунках, здійснюваний згідно з розпорядженнями клієнтів.

Фінансова послуга визначена в Законі України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» – це операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб [11]. Поняття банківського продукту представлено у Положенні Національного банку України «Про організацію операційної діяльності в банках України» – це стандартизовані процедури, що забезпечують виконання банками операцій, згрупованих за відповідними типами та ознаками [12].

Отже, незважаючи на суттєві розбіжності у поглядах науковців щодо сутності зазначених понять та взаємозв'язку між ними, вітчизняне банківське законодавство сьогодні досить чітко регламентує їх застосування.

На основі вищезазначеного автор вважає за необхідне використовувати найбільш наближений до банківського законодавства України підхід, згідно з яким банківські послуги та операції є результатом банківської діяльності. При цьому поняття банківських послуг є ширшим та включає у себе банківські операції та всю іншу діяльність банків. А банківський продукт відповідно до свого законодавчого визначення є конкретним способом забезпечення виконання банківських операцій або послуг зі стандартизованими параметрами та ознаками, тобто результатом банківських операцій і послуг.

Для виявлення та узагальнення особливостей послуг для корпоративних клієнтів необхідно розглянути наукові напрацювання у цій площині.

Вчений В. Шпильовий наводить такі загальні особливості банківських послуг порівняно з продуктами матеріальної сфери [5]:

1) банківські послуги не набувають безпосереднього матеріального втілення у традиційному розумінні;

2) відносини з банком мають переважно довгостроковий характер;

3) нерозривність процесу надання та споживання банківських послуг;

4) оперування з грошима у різних формах (готівкою, безготівковими грошима).

Можна погодитися з наведеною характеристикою банківських послуг, однак дослідник не відносить до них активні та пасивні (або кредитні та депозитні) операції банку, а тому така характеристика потребує уточнення та розширення (на основі включення до банківських послуг усіх банківських операцій та/або продуктів). Крім цього, автор не розкриває змісту представлених особливостей, тому наведемо власні міркування в контексті корпоративних клієнтів.

Першою із особливостей банківських послуг є те, що вони *не набувають безпосереднього матеріального втілення* у традиційному розумінні, оскільки вони не є матеріальним продуктом. Їх абстрактність та нематеріальність випливає з самого нематеріального характеру послуг. При цьому, на наш погляд, індивідуальний результат надання послуги може проявляти матеріальні елементи. Оскільки матеріалізація результатів банківських послуг є можливою, то ступінь нематеріальності банківських послуг може відрізнятися.

Вищезгаданий довгостроковий характер відносин із банком не є, на нашу думку, особливістю банківських послуг. Адже, наприклад, у роздрібному бізнесі надання кредитів та депозитів часто має разовий характер. Клієнту після отримання послуги легко змінити банк на будь-який інший. Тому тут можна говорити радше про *довготривалий збутовий зв'язок*, який виникає під час надання банком послуг та є характерним для них у всіх сегментах.

Нерозривність процесу надання та споживання банківських послуг або неможливість їх зберегти як характерна особливість банківських послуг означає неможливість здійснити їх запас на майбутнє та у подальшому виводити на ринок залежно від рівня попиту. Банківські послуги, на відміну від продуктів, наприклад, виробничих підприємств, надаються і споживаються після запиту клієнта та у безпосередньому контакті з ним. У результаті цього клієнт стає втягнутим не тільки у процес використання, але і у процес виробництва і надання послуги.

Характерним для всіх банківських послуг є те, що процес їх надання завжди супроводжується *використанням грошових коштів у готівковій або безготівковій формі*. Іншими словами, банківські послуги являють собою гроші, кредит та капітал у різних формах. До них можуть належати готівкові, безготівкові кошти, депозити, кредити та ін. При цьому варто відзначити, що для банківського продукту грошові кошти можуть бути як його складником, так і платою за його отримання [13].

Дещо подібну характеристику особливостей банківських послуг, але з доповнювальними елементами, надає колектив російських учених під керівництвом Г. Білоглазової [14]:

1) абстрактність (невідчутність і складність сприйняття);
2) неможливість бути збереженими;
3) невіддільність послуг від їх джерела;
4) мінливість якості банківської послуги;
5) договірний характер обслуговування;
6) взаємозв'язок із грошима.

Особливості банківських послуг, які не вказувалися вище, – це мінливість якості банківської послуги та договірний характер обслуговування.

Мінливість якості банківської послуги пов'язана з тим, що якість кожної послуги залежить від конкретних умов її надання. З одного боку, на якість банківської послуги можуть вплинути кваліфікація менеджерів та інфраструктура системи управління банку (організаційне, методичне, програмне забезпечення та ін.), а з іншого – фінансовий стан самого клієнта, рівень його кваліфікації тощо.

Договірний характер обслуговування зумовлений тим, що для надання більшості банківських послуг необхідним є укладання цивільно-правового договору, що регулюватиме відносини сторін. Без установлення договірних відносин у письмовій формі отримання більшості банківських послуг є неможливим.

Крім перерахованих вище основних особливостей, деякі автори наділяють банківські послуги також іншими додатковими характеристиками. Наприклад, той же колектив учених під керівництвом Г. Білоглазової додатково

виокремлює відсутність ексклюзивних прав на поширення нових послуг, вторинність потреб, якими задовольняються банківські послуги [14].

М. Логінов та О. Логінова виокремлюють присутність інших споживачів, імідж марки послуг, складність споживчого вибору, разовість деяких послуг [15].

Вітчизняний колектив авторів під керівництвом О. Вовчак наводить такі особливості для банківських послуг [16]:

1) для надання банківських послуг банкам, як правило, не потрібні додаткові ресурси;

2) найбільшу частину доходів від надання послуг банки одержують у вигляді комісії;

3) Під час надання послуг діяльність банків спрямована на вчинення юридичних і фактичних дій, які безпосередньо не пов'язані з матеріальними наслідками.

На наш погляд, всі наведені вище особливості не можуть бути розповсюджені на всі банківські послуги, оскільки або за своєю суттю належать тільки до частини банківських послуг (не включають активні та пасивні операції), або є занадто специфічними та дискусійними. Саме тому деякі автори наведені вище особливості розділяють та частину з них відносять до банківського продукту, а частину – до банківської послуги [17].

Отже, аналіз різних наукових думок дав змогу виявити широкий спектр особливостей, що належать до банківських послуг. На наш погляд, можна виокремити шість основних особливостей, які відносяться до всіх банківських послуг у широкому розумінні (в тому числі операцій та/або продуктів): не набувають безпосереднього матеріального втілення; довготривалий збутовий зв'язок; нерозривність процесу надання та споживання; використання грошових коштів у готівковій або безготівковій формі; мінливість якості банківської послуги; договірний характер обслуговування.

Перераховані особливості послуг є характерними для банківської діяльності в усіх сегментах банківської діяльності, у тому числі в корпоративному бізнесі. Тобто всі ці особливості відносяться і до послуг для корпоративних клієнтів, оскільки вони є складником банківських послуг.

Однак банківські послуги для корпоративних клієнтів можуть мати свої особливості, які не властиві для банківських послуг в інших сегментах. З одного боку, послуги для корпоративних клієнтів мають загальні особливості, які властиві іншим банківським послугам та які наведені вище, а з іншого – вони можуть мати також власні специфічні властивості, які притаманні винятково сегменту корпоративного бізнесу. Таким чином, вважаємо за доречне розділити особливості послуг для корпоративних клієнтів на дві групи – *загальні* та *специфічні*.

Варто зазначити, що у вітчизняній науковій літературі специфічні особливості банківських послуг для корпоративних клієнтів не виокремлюються, а тому перейдемо до їх виявлення та узагальнення.

Вищезгаданий *довгостроковий характер відносин із банком* ми би віднесли саме до сфери корпоративного бізнесу. Корпоративні клієнти менш схильні до швидкої зміни свого обслуговуючого банку (що пов'язано насамперед із великими витратами), тому можна стверджувати, що саме в корпоративному бізнесі відносини клієнтів із банком мають переважно довготривалий характер.

Банківські послуги для корпоративних клієнтів, з одного боку, можуть опосередковано впливати на загальний стан банківської системи та економіки, а з іншого – мають чутливий характер у контексті довіри бізнесу до вітчизняної банківської системи. Саме це й приводить до того, що банківські послуги для корпоративних клієнтів сьогодні значною мірою регулюються нормативно-правовими актами Національного банку України, тобто їх особливістю є *значне державне регулювання*. Наприклад, кредитний ризик банків під час кредитування юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців регулює відповідне Положення Національного банку України, затверджене Постановою Правління № 351 від 30 червня 2016 року [18].

Інша особливість банківських послуг у сегменті корпоративного бізнесу полягає в тому, що корпоративні клієнти через значні масштаби своєї діяльності використовують, як правило, не одну, а цілий *комплекс послуг банку*. Крім цього, самі банки надзвичайно зацікавлені в так званих перехресних продажах (англ. – Cross-selling), тобто в продажах додаткових банківських послуг клієнту, який вже використовує основну послугу. Саме додаткові перехресні продажі дають банкам змогу не тільки збільшувати прибуток, але й утримувати корпоративних клієнтів від переходу на обслуговування в інший банк.

Банківські послуги для корпоративних клієнтів мають також ознаки *«товарів досвіду»* і *«товарів довіри»*. Тобто корпоративний клієнт часто може дізнатися про весь технічний бік послуги банку тільки вже в процесі її отримання (наприклад, факторингові операції). З іншого боку, тільки після придбання послуги корпоративний клієнт може оцінити її на відповідність своїм попереднім уявленням або поведінку банку під час її надання (наприклад, структуроване фінансування).

Ще одна особливість банківських послуг для корпоративних клієнтів полягає у їх *великому грошовому обсязі*. Навіть одна стандартна послуга банку (наприклад, звичайний кредит) для великого корпоративного клієнта може вимірюватися значною сумою, що може іноді значно вплинути на загальний фінансовий стан банку.

Банківським послугам для корпоративних клієнтів, на відміну від послуг для фізичних осіб, притаманна така риса, як *індивідуальність*. Іншими словами, конкретне втілення послуги для корпоративних клієнтів через специфічні потреби останніх може зазнати значного відхилення та виходу за рамки від стандартного продукту. Така ситуація характерна під час здійснення як кредитних, так і документарних або депозитних операцій – щоб не втратити своїх корпоративних клієнтів, банки активно йдуть їм назустріч та намагаються досягти узгодженого балансу інтересів під час надання своїх послуг.

Останньою особливістю послуг у сегменті корпоративного бізнесу є, на наш погляд, *значна переговорна сила* корпоративних клієнтів, яка відображає рівень можливого впливу з їх боку на банк під час визначення умов співпраці. Саме через зазначені вище великі обсяги операцій та індивідуальність рішень корпоративні клієнти наділені значною переговорною силою. Переговорна сила найбільше проявляється, зокрема, під час ціноутворення на послуги. Так, у корпоративному бізнесі поширеними є індивідуальні переговори між банком та клієнтом щодо ціни на кожну послугу.

Отже, нами було виявлено сім специфічних особливостей послуг для корпоративних клієнтів: відносини з банком мають переважно довгостроковий характер; значною мірою регулюються законодавством; використання клієнтами комплексу послуг банку; мають ознаки «товарів досвіду» і «товарів довіри»; великий грошовий обсяг операцій; індивідуальність рішень для клієнтів; значна переговорна сила корпоративних клієнтів.

Всі виявлені загальні та специфічні особливості послуг для корпоративних клієнтів узагальнені та представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Загальні та специфічні особливості послуг для корпоративних клієнтів

Загальні особливості послуг для корпоративних клієнтів	Специфічні особливості послуг для корпоративних клієнтів
Не набувають безпосереднього матеріального втілення	Відносини з банком мають переважно довгостроковий характер
Довготривалий збутовий зв'язок	Значною мірою регулюються законодавством
Нерозривність процесу надання та споживання	Використання клієнтами комплексу послуг банку
Використання грошових коштів в готівковій або безготівковій формі	Мають ознаки «товарів досвіду» і «товарів довіри»
Мінливість якості банківської послуги	Великий грошовий обсяг операцій
Договірний характер обслуговування	Індивідуальність рішень для клієнтів
	Значна переговорна сила корпоративних клієнтів

Виокремлені загальні та специфічні особливості банківські послуги для корпоративних клієнтів у подальшому можуть бути доповнені іншими, оскільки цей перелік не є вичерпним. Однак, на наш погляд, представлені в таблиці особливості є ключовими, за допомогою яких можна охарактеризувати банківські послуги в сегменті корпоративного бізнесу. Крім цього, не можна виключати, що деякі специфічні особливості послуг для корпоративних клієнтів можуть поширюватися на банківські послуги в інших сферах банківської діяльності, наприклад, під час роботи з фінансовими установами.

Висновки. Незважаючи на суттєві розбіжності у поглядах науковців щодо сутності зазначених понять та взаємозв'язку між ними, вітчизняне банківське законодавство сьогодні досить чітко регламентує їх застосування.

На нашу думку, банківські послуги та операції є результатом банківської діяльності. При цьому поняття банківських послуг ширшим та включає в себе банківські операції та всю іншу діяльність банків, а банківський продукт є конкретним способом забезпечення виконання банківських операцій або послуг зі стандартизованими параметрами та ознаками.

Виокремлено такі шість основних особливостей, які відносяться до всіх банківських послуг у широкому розумінні (в тому числі операцій та/або продуктів): не набувають безпосереднього матеріального втілення; довготривалий збутовий зв'язок; нерозривність процесу надання та споживання; використання грошових коштів у готівковій або безготівковій формі; мінливість якості банківської послуги; договірний характер обслуговування. Ці особливості характерні також для послуг корпоративним клієнтам.

До того ж вважаємо за доречне виокремити специфічні особливості послуг саме для корпоративних клієнтів: відносини з банком мають переважно довгостроковий характер; значною мірою регулюються законодавством; використання клієнтами комплексу послуг банку; мають ознаки «товарів досвіду» і «товарів довіри»; великий грошовий обсяг операцій; індивідуальність рішень для клієнтів; значна переговорна сила корпоративних клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Дзюблюк О.В. До питання про суть комерційного банку і специфіку банківського продукту // Вісник Національного банку України. – 2009. – № 6. – С. 82-90.
2. Брегеда О.А. Ринок банківських послуг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / О.А. Брегеда. – К., 2002. – 16 с.
3. Бровкина Н.Е. Тенденции развития продуктов российского кредитного рынка / Н.Е. Бровкина // Деньги и кредит. – 2011. – № 3. – С. 37-42.
4. Бальестерос Е.Д. Методологические аспекты анализа продуктов и услуг в финансовой сфере (на примере банковских и страховых продуктов и услуг) / Е.Д. Бальестерос // Банковские услуги. – 2012. – № 6. – С. 30-37.
5. Шпильовий В.А. Підходи до класифікації банківських послуг / В.А. Шпильовий // Економіка та держава. – 2016. – № 1. – С. 27-30.
6. Угнівенко Р.Р. Теоретичні аспекти сутності ринку банківських продуктів та послуг / Р.Р. Угнівенко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2014. – Вип. 45. – С. 136-140.
7. Визначення поняття «банківська послуга» за системним підходом / С.О. Колодізєва // Бізнес Інформ. – 2013. – № 2. – С. 268-272.
8. Поняття банківського товару і його зв'язок з категоріями «банківський продукт», «банківська послуга» та «банківська операція» / Н.С. Меда // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2014. – Вип. 38. – С. 196-204.
9. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] / сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://rada.gov.ua
10. Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання діяльності банків: Закон України від 15.02.2011 р. № 3024-VI [Електронний ресурс] / сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://rada.gov.ua
11. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 № 2664-III [Електронний ресурс] / сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://rada.gov.ua
12. Про затвердження Положення про організацію операційної діяльності в банках України: Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2003 № 254 [Електронний ресурс] / сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://rada.gov.ua
13. Абаева Н.П., Хасанова Л.Т. Конкурентоспособность банковских услуг. Монография. – Под ред. проф., канд. эконом. наук Н.П. Абаевой. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 118 с.
14. Белоглазова Г.Н. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка: учебник для бакалавров / Г.Н. Белоглазова, Л.П. Кроливецкая; под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 652 с.
15. Логинов М.П., Логинова О.Н. 2012. Повышение конкурентных преимуществ баковских услуг. Вопросы управления, 4(21).
16. Вовчак О.Д. Кредит і банківська справа: підручник / О.Д. Вовчак, Н.М. Рущишин, Т.Я. Андрейків. – К.: Знання, 2008. – 564 с.

17. Тарасова Т.Ю., Флигинских Т.Н. Специфические особенности банковского продукта и услуги // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2017. № 2(251). С. 46-50.
18. Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями: Постанова Правління Національного банку України від 30.06.2016 р. № 351 [Електронний ресурс] / сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: http://rada.gov.ua

Аннотация. В статье рассмотрена взаимосвязь понятий «банковские услуги», «банковские операции» и «банковские продукты». Осуществлено выделение общих и специфических особенностей банковских услуг в сегменте корпоративного бизнеса. Предложено выделить шесть основных особенностей всех банковских услуг, а также семь специфических особенностей услуг, характерных для корпоративных клиентов.

Ключевые слова: банковские услуги для корпоративных клиентов, общие особенности банковских услуг, специфические особенности банковских услуг для корпоративных клиентов.

Summary. The article deals with the interconnection of the concepts of banking services, transactions and products. A distinction is made between the general and specific features of banking services in the segment of corporate business. It is proposed to highlight six key features that apply to all banking services, as well as seven specific features of services that are typical for corporate clients.

Key words: banking services for corporate clients, general features of banking services, specific features of banking services for corporate clients.

УДК 336.761

Зачосова Н. В.
кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту та економічної безпеки
Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького

Бибик А. М.
магістрант кафедри менеджменту та економічної безпеки
Черкаського національного університету
імені Богдана Хмельницького

Zachosova N. V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Management and economic security
Cherkasy National University named after Bogdan Khmelnitsky

Bibik A. M.
Master's Degree in Management and economic security
Cherkasy National University named after Bogdan Khmelnitsky

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

DIRECTIONS OF PROVIDING THE FINANCIAL SECURITY OF THE BUSINESS ENTITIES

Анотація. Обґрунтовано необхідність забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання у сучасних економічних умовах. Конкретизовано сутність фінансової безпеки на мезорівні. Встановлено елементи системи фінансової безпеки суб'єктів господарювання. Визначено перелік загроз фінансовій безпеці. Запропоновано напрями забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарської діяльності.

Ключові слова: фінансова безпека, загрози, економічна безпека, суб'єкт господарської діяльності, забезпечення безпеки.

Постановка проблеми. Стійке функціонування і розвиток сучасних підприємств в умовах ринкової економіки визначається здатністю господарюючих суб'єктів адекватно реагувати на зміну зовнішнього і внутрішнього середовища. Ідентифікація загроз фінансовій стійкості підприємства, виявлення причин їх виникнення і способів подолання або мінімізації втрат за виникнення несприятливої події є одним з актуальних напрямів фінансового

менеджменту, який логічно пов'язаний із проблемою забезпечення фінансової безпеки підприємства у сучасних економічних умовах в Україні.

Формалізація процедур і результатів забезпечення фінансової безпеки підприємств дає змогу впорядкувати управління фінансовою безпекою, оптимізувати матеріальні, фінансові, часові, трудові витрати, пов'язані з реалізацією цього процесу. Регулярність проведення діагностики стану фінансової безпеки підвищує ефективність управління суб'єктом господарської діяльності, сприяє скороченню фінансових втрат підприємства, які виникають через наслідки впливу несприятливих факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на його фінансовий стан, і зміцненню фінансової стійкості суб'єкта господарювання.

Специфічність загроз фінансовій безпеці, що є притаманними для процесів функціонування вітчизняних підприємств і зумовлені особливостями їх організаційно-управлінської структури, складу майна, зобов'язань і джерел власного капіталу, специфікою використання різних способів фінансування діяльності та іншими відмінностями, викликає необхідність виявлення ефективних напрямів забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарської діяльності. В умовах подолання наслідків політичної та економічної кризи підприємствам складно компенсувати фінансові втрати, що виникають через вплив зовнішніх і внутрішніх загроз, тоді як упровадження заходів, які забезпечують достатній рівень фінансової безпеки та засновані на результатах досліджень у науковій площині, дасть змогу скоротити такі втрати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фахові публікації вітчизняних дослідників останніми роками присвячені питанням визначення принципів формування систем фінансової безпеки суб'єктів господарювання [1], аналізу теоретичних аспектів фінансової безпеки [2], встановленню факторів впливу та ризиків, притаманних процесу забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарської діяльності [3], напрацюванню концептуальних засад формування комплексної системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств та фінансових установ України [4], систематизації аналітичного підґрунтя забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання [5]. У межах обраної наукової проблематики проводили дослідження концептуальних основ фінансової безпеки господарських структур Р.Р. Кулик і Ю.Р. Кулик [6]; фінансову безпеку суб'єкта господарювання в контексті національної безпеки у фінансовій сфері вивчає І.Б. Медведєва [7]; єдиний підхід до формування парадигми фінансової безпеки суб'єктів підприємництва пропонують В.П. Пантелєєв та М.Г. Лепілін [8]; проект структури механізму фінансової безпеки суб'єкта підприємництва у межах функціонально-орієнтованого підходу до забезпечення фінансової безпеки суб'єкта підприємництва розроблено К.С. Тимощенко [9; 10]. Однак мінливість зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування вітчизняних підприємств стає причиною виникнення усе нових форм і видів загроз їх фінансовій безпеці, що актуалізує необхідність виокремлення найбільш дієвих напрямів протидії їм.

Метою статті є узагальнення та конкретизація напрямів забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарської діяльності у сучасних економічних умовах в Україні.

Виклад основного матеріалу. Останніми роками різко зросла роль формування системи фінансової безпеки на всіх рівнях, будь то макроекономічна безпека, безпека підприємств різних сфер і галузей діяльності або фінансова безпека окремо взятої особи. Ця проблема залишається однією з основних і, відповідно, найбільш актуальних у сучасних умовах вчинення спроб реалізації інноваційної економіки в Україні. З одного боку, всім зрозуміла важливість і необхідність забезпечення фінансової безпеки, а з іншого – велика кількість її аспектів перебувають за межею комплексного системного розуміння і тим більше ефективної практичної реалізації.

Таким чином, можна дійти висновку, що проблема фінансової безпеки гостро стоїть у сучасних економічних умовах. Керівники підприємств і підприємці повинні приділяти велику увагу розробленню шляхів забезпечення фінансової безпеки, мають враховувати принципи фінансової безпеки під час розроблення генеральної фінансової стратегії компанії. Необхідною умовою фінансової безпеки підприємства є досягнення ним фінансової стійкості, і навпаки – досягнення фінансової безпеки можливо лише за досягнення фінансової стійкості суб'єкта господарювання.

Фінансова безпека діяльності підприємства – це певний фінансово-економічний стан, який характеризується його здатністю і можливістю протистояти наявним і новітнім загрозам реалізації його фінансових інтересів на ринку.

Основною метою забезпечення фінансової безпеки суб'єкта господарювання є захист його фінансових активів, власності і працівників від внутрішніх і зовнішніх загроз фінансової природи, їх своєчасне виявлення і, за можливості, усунення причин їх виникнення.

Ключовими характеристиками стану фінансової безпеки можна назвати збалансованість діяльності і високу якість послуг, технологій і фінансових інструментів, а також здатність протистояти загрозам і гарантію стабільності реалізації фінансових інтересів.

Елементами, що становлять систему фінансової безпеки господарюючого суб'єкта, є:

– елементи впливу, представлені фінансовими ресурсами, які є у розпорядженні підприємства, а також зовнішнім середовищем, що являє собою сукупність факторів, які впливають на процеси системи забезпечення фінансової безпеки і не піддаються прямому управлінню з боку її менеджменту;

– елементи забезпечення фінансової безпеки господарюючого суб'єкта (суб'єкти, інструменти та методи забезпечення фінансової безпеки);

– індикатори стану (рівня) фінансової безпеки суб'єкта господарювання.

Система, що містить усі названі елементи, може забезпечити фінансову безпеку у тому разі, якщо вона дає змогу виявляти можливі загрози фінансовій безпеці підприємства і виробляти заходи щодо запобігання їм.

Для забезпечення власної фінансової безпеки підприємства повинні розвиватися, створюючи нові робочі місця, здійснюючи диверсифікацію фінансової і виробничої діяльності, що сприяє росту прибутку.

Забезпечення фінансової безпеки належить до управлінської діяльності, оскільки інформація, зібрана, як правило, спеціально організованим відділом, створеним всередині підприємства, використовується для прийняття керівництвом ефективних і стратегічних рішень. Це свого роду реалізація функції контролю і професійної оцінки фінансової діяльності підприємства зсередини, а також управління виявленими внутрішніми і зовнішніми загрозами.

Процес управління фінансовою безпекою суб'єкта господарювання реалізується впродовж усієї його фінансової діяльності і насамперед під час планування майбутніх грошових надходжень і витрат. Дотримання балансу між надходженням і відтоком грошових коштів із забезпеченням достатнього запасу стійкості може дати змогу підприємству перебувати у відносній безпеці щодо вико-

нання своїх фінансових зобов'язань і забезпечення відсутності дискретності діяльності.

Система заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки на сучасних підприємствах повинна здійснюватися адресно, тобто співробітники підприємств, на яких будуть покладені обов'язки з управління цим процесом, повинні володіти методиками і навичками здійснення відповідних дій щодо нейтралізації загроз фінансовій безпеці.

Запропонуємо конкретні шляхи забезпечення фінансової безпеки для суб'єктів господарської діяльності. Так, у питанні захисту фінансів підприємств одну із ключових ролей відіграє фінансова стійкість банку, який їх обслуговує. Обираючи банк, керівництво підприємства має усвідомлювати той факт, що фінансове благополуччя суб'єкта господарювання часто на 50-100% залежить від стану банку, від рівня його поточної ліквідності. Вибір обслуговуючого банку потрібно почати з визначення стратегічних і тактичних цілей співпраці з ним. Основна ознака безпечного стратегічного партнерства – це наявність прямої взаємної залежності фінансових станів клієнта і банку. Насамперед варто визначитися з розміром банку. Якщо підприємство займається виробництвом або науковими дослідженнями, то оптимальне співвідношення валют балансу підприємства і обслуговуючого його банку має становити приблизно 1 до 60 (з розкидом 20%). Для послуг із загальною назвою «логістика» це співвідношення може бути 1 до 50. У разі ж оптової і середньооптової торгово-посередницької діяльності оптимально мати співвідношення 1 до 40. Інший важливий момент: щомісячний сумарний грошовий оборот по розрахунковому рахунку підприємства в банку має становити приблизно 5% від загального обороту банку за клієнтськими розрахунками. Дотримання цих правил є необхідною умовою для правильного фінансового позиціонування підприємства в банківській установі.

Щоб уникнути фінансової кризи на підприємстві та гарантувати його фінансову безпеку, недостатньо тільки аналізу стану обслуговуючого банку. Також необхідно здійснювати періодичний моніторинг фінансового стану партнерів із бізнесу. Під час роботи з постачальниками і споживачами часто вигідно використовувати принцип «just-in-time». Така робота передбачає скорочення часу між поставками і оплатою товару, тобто відсутність великих дебіторсько-кредиторських заборгованостей. Перспективним напрямом забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання є застосування інформаційних технологій для фінансового захисту бізнесу. Керівники підприємств не завжди усвідомлюють, що витрати на підтримку інформаційних технологій є значно нижчими за збитки, які виникають у разі розриву інформаційного ланцюга. Попередження рейдерських захоплень також залишається однією з актуальних загроз фінансовій безпеці вітчизняних підприємств. Ознаками рейдерської атаки є перепризначення директора, зміна акціонерів і учасників, переуступка прав на майно, особливо на будівлі, приміщення та земельні ділянки. Неправомірні дії проти підприємства зазвичай відбуваються із застосуванням грубої сили, під прикриттям фальшивих або сфабрикованих документів. Без налагодженої роботи правоохоронних та судових органів протистояти «загарбникам» неможливо. Прогалини в законах, вигідні для рейдерів, виявляються усе частіше, і від спроб захоплення не застраховане жодне сучасне підприємство. Єдиним засобом захисту «поглинених» суб'єктів господарювання є своєчасні заходи із припинення дії і судового скасування сфабрикованих документів. У разі захоплення керівникам підприємств потрібно негайно повідомити про те, що сталося, у податкові органи та прокуратуру. Крім дій, спрямованих на захист конкретних потерпілих, необхідно вдосконалювати і нормативну основу корпоративного законодавства. Тільки внесенням змін, уточнень у нормативно-правову базу ведення бізнесу можна якщо не домогтися повного припинення злочинних посягань на підприємства, то хоча би встановити перепони на шляху до реалізації більшості з них.

Широкий спектр загроз фінансовій безпеці господарюючого суб'єкта пов'язаний із відносинами у сфері оподаткування. В Україні простежується тенденція неухильного зростання податкової злочинності. Безграмотна, неефективна мінімізація податкових платежів приводить підприємство до погіршення фінансового стану і банкрутства. Причинами припинення діяльності та ліквідації підприємства можуть стати два основні чинники:

1) неправильне податкове планування у процесі функціонування підприємства;

2) неправомірні дії перевіряючих, оперативних співробітників і слідчих.

Виникнення цих факторів провокується такими підставами, як, по-перше, недосконалість вітчизняного фіскального законодавства, по-друге, некомпетентність фахівців як із боку підприємства, так і з боку правоохоронних органів, по-третє, загальносистемна причина – низький рівень податкової культури підприємництва і менталітет працівників.

Названі загрози у сукупності привели до того, що податкові злочини становлять реальну загрозу фінансовій безпеці як держави (внаслідок погіршення податкової дисципліни господарюючих суб'єктів, зниження обсягів податкових надходжень і зростання кількості злочинів у сфері оподаткування), так і платника податків, оскільки незаконне і неефективне податкове планування спричиняє вкрай високі податкові ризики через активні дії контролюючих та правоохоронних органів.

Напрями забезпечення фінансової безпеки, які обирає для себе підприємство, мають бути документально оформлені у вигляді стратегії забезпечення фінансової безпеки. Оцінка ефективності реалізації стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства в умовах економічної нестабільності здійснюється шляхом порівняння запланованого значення рівня фінансової безпеки і фактично досягнутого його показника. Якщо заплановане значення було досягнуто або показник виявився вищим за плановий чи нижчим, але в межах планового рівня фінансової безпеки, то стратегію можна вважати ефективною. Якщо ж не було досягнуто навіть мінімального значення запланованого рівня фінансової безпеки, то стратегія не є ефективною, і фахівцям з економічної безпеки необхідно негайно вжити заходів щодо її оптимізації та розширення переліку напрямів забезпечення фінансової безпеки суб'єкта господарської діяльності на перспективу.

Висновки. З наведеного вище можна дійти таких висновків.

1. Фінансова безпека діяльності підприємства – це певний фінансово-економічний стан, який характеризується його здатністю і можливістю протистояти наявним і новітнім загрозам реалізації його фінансових інтересів на ринку. Основною метою забезпечення фінансової безпеки суб'єкта господарювання є захист його фінансових активів, власності і працівників від внутрішніх і зовнішніх загроз фінансового походження, їх своєчасне виявлення і, за можливості, усунення причин їх виникнення.

2. Елементами, що становлять систему фінансової безпеки господарюючого суб'єкта, є елементи впливу, елементи забезпечення фінансової безпеки господарюючого суб'єкта (суб'єкти, інструменти та методи забез-

печення фінансової безпеки), індикатори стану (рівня) фінансової безпеки суб'єкта господарювання.

3. До основних загроз фінансовій безпеці сучасних підприємств в Україні належать рейдерство, фінансова нестабільність банків, що обслуговують підприємства, менталітет та недбалість працівників під час виконання посадових обов'язків, неправильне податкове планування, неправомірні дії осіб, що здійснюють податкові перевірки, оперативних співробітників і слідчих, недосконалість нормативно-правової бази для роботи бізнесу тощо. Напрямами забезпечення фінансової безпеки вітчизняних суб'єктів господарювання є дотримання балансу між надходженням і відтоком грошових коштів із забезпеченням достатнього запасу стійкості, застосування інформаційних технологій для фінансового захисту бізнесу, вдосконалення нормативної основи корпоративного законодавства, аналіз стану обслуговуючого банку, періодичний моніторинг фінансового стану партнерів із бізнесу, розроблення та дотримання положень стратегії забезпечення фінансової безпеки. Система заходів щодо підвищення рівня фінансової безпеки на сучасних підприємствах повинна здійснюватися адресно, тобто співробітники підприємств, на яких будуть покладені обов'язки з управління цим процесом, повинні володіти методиками і навичками здійснення відповідних дій щодо нейтралізації загроз фінансовій безпеці.

Список використаних джерел:

1. Голуб Р. Принципи формування систем фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Р. Голуб // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2013. – № 778. – С. 322-326.
2. Давиденко Н.М. Аналіз теоретичних аспектів фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Н.М. Давиденко / Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 3. – С. 110-114.
3. Єскіна К.А. Фінансова безпека суб'єкта господарювання: фактори впливу та ризики / К.А. Єскіна // Управління розвитком. – 2014. – № 14. – С. 120-124.
4. Зачосова Н.В. Концептуальні засади формування комплексної системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств та фінансових установ України / Н.В. Зачосова, А.В. Шостак // Економіка та держава. – 2016. – № 7. – С. 80-83.
5. Іонін Є.Є. Аналітичне підґрунтя забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання / Є.Є. Іонін, А.Г. Беспалова // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. – 2014. – Вип. 27. – С. 126-131.
6. Кулик Р.Р. Концептуальні основи фінансової безпеки суб'єкта господарювання / Р.Р. Кулик, Ю.Р. Кулик // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер.: Економіка. – 2012. – Вип. 20. – С. 138-143.
7. Медведєва І.Б. Фінансова безпека суб'єкта господарювання в контексті національної безпеки у фінансовій сфері / І.Б. Медведєва // Економіка розвитку. – 2014. – № 1. – С. 45-82.
8. Пантелєєв В.П. Єдиний підхід до формування парадигми фінансової безпеки суб'єктів підприємництва / В.П. Пантелєєв, М.Г. Лепілін // Теорія та практика державного управління. – 2012. – Вип. 1. – С. 237-241.
9. Тимощенко К.С. Структура механізму фінансової безпеки суб'єкта підприємництва / К.С. Тимощенко // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка. – 2013. – Т. 21, вип. 7(3). – С. 89-96.
10. Тимощенко К.С. Функціонально-орієнтований підхід до забезпечення фінансової безпеки суб'єкта підприємництва / К.С. Тимощенко // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 54-61.

Аннотация. Обоснована необходимость обеспечения финансовой безопасности субъектов хозяйствования в современных экономических условиях. Конкретизирована сущность финансовой безопасности на мезоуровне. Установлены элементы системы финансовой безопасности субъектов хозяйствования. Определен перечень угроз финансовой безопасности. Предложены направления обеспечения финансовой безопасности субъектов хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: финансовая безопасность, угрозы, экономическая безопасность, субъект хозяйственной деятельности, обеспечение безопасности.

Summary. The necessity of providing financial security of economic entities in the modern economic conditions is substantiated. The essence of financial security on meso-level is specified. Elements of the financial security system of economic entities are established. The list of threats to financial security is outlined. The directions of providing of financial security of economic entities are offered.

Key words: financial security, threats, economic security, subject of economic activity, security supply.

УДК 330.322.01

Білоткач О. В.
аспірант
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Павлова Г. Є.
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку, аудиту
та управління фінансово-економічною безпекою,
академік Академії економічних наук України
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Bilotkach O. V.
Postgraduate student,
Dnipropetrovsk State Agrarian University of Economics

Pavlova G. E.
Doctor of Economics Sciences, Professor,
Professor of Accounting, auditing
and management of financia and economic security,
Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine
Dnipropetrovsk State Agrarian University of Economics

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

THEORETICAL AND METHODICAL BASES OF INVESTMENT PROVIDING FOR AGRICULTURAL ENTERPRISES DEVELOPMENT

Анотація. Узагальнено підходи до трактування категорій «інвестиційне забезпечення», «розвиток», «інвестиційне забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств» та визначено взаємозв'язок між ними. У період гострих соціальних та екологічних проблем стає важливим та актуальним освоєння економічного зростання в інтересах сталого та інклюзивного розвитку. Інвестиції є основною рушійною силою такого зростання. Інвестиційне забезпечення є найбільш важливою передумовою ефективного функціонування та розвитку сільськогосподарських підприємств, оскільки сприяє нарощуванню обсягів їх виробництва, збільшенню виробничого потенціалу, зростанню результативності галузі і зміцненню продовольчої безпеки країни, створює передумови розвитку соціальної сфери та підвищення родючості ґрунтів. Проаналізовано особливості інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств залежно від ефективності їхньої діяльності. Здійснено оцінку впливу окремих факторів на інвестиційне забезпечення підприємств, що здійснюють прибуткову та збиткову діяльність.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційне забезпечення, сільськогосподарські підприємства, розвиток.

Постановка проблеми. Підвищення рівня інвестиційного забезпечення сільського господарства сприяє нарощуванню обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та поліпшенню її якості, отриманню конкурентних переваг, зростанню результативності галузі, а також зміцненню продовольчої безпеки країни.

Світовий досвід свідчить про те, що сфера агробізнесу приваблива для інвестицій, оскільки на продукцію аграрної сфери завжди є стійкий попит, який не має тенденцій до зниження. Проте підприємства агропромислового комплексу України функціонують не досить ефективно через низький рівень матеріально-технічної бази і потребують новітніх енерго- та ресурсозберігаючих технологій.

Інвестиційне забезпечення є найбільш важливою передумовою ефективного функціонування та розвитку сільськогосподарських підприємств, оскільки сприяє нарощуванню обсягів їх виробництва, збільшенню виробничого потенціалу, зростанню результативності галузі і зміцненню продовольчої безпеки країни; створює передумови розвитку соціальної сфери та підвищення родючості ґрунтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Діяльність сільськогосподарських підприємств та їх інвестиційне забезпечення досліджували такі науковці, як І.М. Вахович [1], М.І. Кісіль [2], М.Ю. Коденська [3], О.О. Колесник [4] С.В. Параконний [5], О.Ю. Шилова [6] та ін.

Однак, незважаючи на значний науковий доробок, на наш погляд, недостатньо вивченими є стан та тенденції змін інвестиційного забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств залежно від дії внутрішніх та зовнішніх факторів; потребують комплексного дослідження та переосмислення цілі, завдання та концептуальні складники інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств, методичні підходи до його оцінки та прогнозування для забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств.

Метою статті є розроблення та обґрунтування теоретико-методичних основ і практичних рекомендацій щодо удосконалення інвестиційного забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. Як показали дослідження, існують різні модифікації визначення поняття «інвестиції», які відображають множинність підходів до розуміння економічної сутності цього явища. Значною мірою це зумовлено еволюцією економічної думки, спе-

цифікою конкретних етапів історико-економічного розвитку, дисциплінарним підходом до трактування.

Інвестиції – це довготривале вкладення коштів, майнових та інтелектуальних цінностей у підприємницьку та інші види діяльності з метою отримання прибутку, досягнення соціального та екологічного ефекту.

Перш ніж звернутися до трактування категорії «інвестиційне забезпечення», нами було розглянуто словникове тлумачення поняття «забезпечення». Найбільш поширеним визначенням «забезпечувати» є «задовольняти чиїсь потреби в чому-небудь; створювати надійні умови для здійснення чого-небудь; гарантувати щось».

Під час дослідження теоретичних засад інвестиційного забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств ми виходимо з того, що забезпечення розвитку підприємств є метою, а інвестиційне забезпечення – одним з інструментів його досягнення. Тому виникає потреба у більш детальному ознайомленні з підходами до трактування сутності цих категорій.

Вивчення вітчизняних та іноземних джерел [7; 8] дає змогу виокремити різні підходи до трактування поняття розвитку підприємства, а також найбільш вагомі та характерні складники цього поняття (рис. 1).

Так, розвиток передбачає наявність кількісних змін у діяльності підприємства, а також зміну його структурних характеристик. Сукупність спрямованих структурних і кількісних змін, що відбуваються на підприємстві, має привести до його переходу до нового якісного стану. Розвиток підприємства – це довготривалий процес, що потребує певного часу від здійснення спрямованих дій та заходів до втілення відповідних змін.

Рис. 1. Складники поняття «розвиток підприємства»

Джерело: розроблено авторами

Ознайомлення з цілою низкою фахових публікацій дало змогу виокремити найбільш поширені підходи до визначення поняття «інвестиційне забезпечення». Поняття «інвестиційне забезпечення» є багатогранним, і єдина думка щодо його трактування відсутня. На думку О.Ю. Шилової, під інвестиційним забезпеченням розвитку підприємства доцільно розуміти підсистему організаційно-економічного забезпечення, призначену для покриття витрат виробничого характеру і накопичення з метою нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції, ресурси якої формуються з дотриманням принципів довгостроковості, оптимальності, альтернативності [6].

Більш детальне визначення дає М.І. Кісіль, який під інвестиційним забезпеченням розуміє не лише формування джерел фінансування інвестицій, а й сукупність різноманітних умов, ресурсів, економічних механізмів, важелів і заходів, необхідних для забезпечення нормального (заданого) перебігу інвестиційних процесів [3].

О.О. Колесник відзначає, що інвестиційне забезпечення – це сукупність умов, ресурсів і заходів, необхідних для здійснення інвестиційного процесу [4].

Як зазначає С.В. Параконний, інвестиційне забезпечення – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються у підприємницьку та інші види діяльності, в результаті яких створюється дохід або досягається соціальний ефект [5].

М.Ю. Коденська зазначає, що інвестиційне забезпечення – організаційно-економічні умови, засоби, заходи та економічні відносини, що проявляються у процесі руху вартості, авансованої у капітал з метою формування, нагромадження і використання інвестиційних ресурсів для розвитку аграрно-промислового виробництва і людини – головної продуктивної сили суспільства [3].

Водночас І.М. Вахович відзначає, що інвестиційне забезпечення – сукупні дії підприємницьких структур та органів самоврядування із залучення реальних та потенційних можливостей внутрішніх і зовнішніх інвестиційних ресурсів за стратегічними напрямами економічної діяльності господарського комплексу [1].

Розвиток підприємства – це спрямований та довготривалий процес переходу до нового якісного стану факторів виробництва, що зумовлений зміною кількісних та структурних характеристик підприємства та приводить до виникнення і реалізації його нових можливостей та здатності протистояти негативному впливу зовнішнього середовища.

Інвестиційне забезпечення розвитку підприємства – це сукупність різноманітних умов, ресурсів, економічних механізмів, важелів і заходів, які забезпечують заданий перебіг інвестиційного процесу та у довготривалій перспективі приводять до зміни кількісних і структурних характеристик підприємства, його переходу у новий якісний стан та здатності протистояти негативному впливу зовнішнього середовища.

На підставі ретельного вивчення підходів до трактування вихідних категорій «інвестиції», «забезпечення», «інвестиційне забезпечення», «інвестиційне забезпечення підприємства» і «розвиток» було сформульоване авторське визначення інвестиційного забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств, під яким варто розуміти сукупність різноманітних умов, ресурсів, економічних механізмів, важелів і заходів, які забезпечують заданий перебіг інвестиційних процесів та у довготривалій перспективі приводять до зміни кількісних і структурних характеристик підприємства, його переходу у новий якісний стан та здатності протидіяти негативному впливу зовнішнього середовища.

Головною метою інвестиційного забезпечення є створення конкурентоспроможних сільськогосподарських підприємств на новій інноваційній та технологічній основі задля забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств, укріплення їх позицій на внутрішньому ринку та виходу на зовнішній ринок; розвитку соціальної інфраструктури села; впровадження екологічної та продовольчої безпеки держави.

Досягнення позитивних зрушень найбільшою мірою залежить від використання місцевих можливостей інвестиційного забезпечення. Однак такі можливості у більшості регіонів і територій обмежені. Наве-

дений нижче перелік основних факторів, що впливають на рівень інвестиційного забезпечення галузі, дає змогу виокремити головні напрями економічної політики, здатної підвищити стабільність прибутковості і зменшити кількість збиткових сільськогосподарських підприємств (рис. 2).

Рис. 2. Фактори, що гальмують організацію інвестиційної діяльності аграрних підприємств

Джерело: складено автором

Поглиблення світової економічної кризи зумовило негативні наслідки для інвестиційного клімату, основним з яких стало різке зменшення здатності підприємств АПК залучати інвестиційні ресурси в необхідних розмірах за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. У нинішній ситуації навіть великі підприємства змушені переглянути інвестиційні плани і відмовитися від великих витрат, підтримуючи лише потужності, які діють, що насамперед спричинено гострим дефіцитом кредитних ресурсів. Недостатність власних ресурсів, обмеження доступу до кредитних ресурсів банків та їх суттєве подорожчання приводять до посилення ролі держави у забезпеченні інвестицій [9].

Тому для широкомасштабного залучення іноземних інвестицій найважливіше значення мають макроекономічні важелі впливу держави на реалізацію інвестиційної привабливості економіки країни, що покликані компенсувати недоліки загальноекономічної кон'юнктури і підсилити інвестиційну привабливість аграрної галузі. Ефективна національна політика у сфері залучення іноземних інвестицій повинна включати низку стимулюючих важелів, зокрема для сільського господарства – державну (в тому числі бюджетну) підтримку.

Таким чином, інвестиційне забезпечення сільськогосподарських підприємств має бути системою, яка повинна сприяти динамічному соціально-економічному розвитку та підвищенню рівня конкурентоспроможності аграрної продукції і потребує врахування умов, які включають міжнародні, соціально-економічні, екологічні особливості функціонування аграрного сектора економіки [10].

Висновки. Провівши дослідження теоретичних засад інвестиційного забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств, можна дійти висновку, що розвиток підприємства є метою, а інвестиційне забезпечення підприємства – одним з інструментів його досягнення. У процесі систематизації наукових поглядів на теорію розвитку з'ясовано його основні ознаки та деталізовано економічний зміст. Розвиток – це спрямований та довготривалий процес переходу до нового якісного стану продуктивних сил, що зумовлений зміною кількісних та структурних характеристик підприємства та приводить до виникнення і реалізації його нових можливостей та здатності протистояти негативному впливу зовнішнього середовища. Інвестиційне забезпечення необхідно розглядати як сукупність різноманітних умов, ресурсів, економічних механізмів, важелів і заходів, які забезпечують інвестиційний процес на підприємстві, у результаті якого отримується прибуток, досягається соціальний та екологічний ефект.

Підсумовуючи все, під інвестиційним забезпеченням розвитку сільськогосподарських підприємств запропоновано розуміти сукупність різноманітних умов, ресурсів, економічних механізмів, важелів і заходів, які забезпечують заданий перебіг інвестиційних процесів та у довготривалій перспективі приводять до зміни кількісних і структурних характеристик підприємства, його переходу у новий якісний стан та здатності протидіяти негативному впливу зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Вахович І.М. Концептуальні засади інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку регіону / І.М. Вахович, Г.Л. Денисюк // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 138-144.
2. Кісіль М.І. Інвестиційне забезпечення розвитку аграрного виробництва та сільських територій / М.І. Кісіль // Менеджмент: збірник наукових праць. – К., 2009. – № 11. – 225 с.
3. Коденська М.Ю. Мотиваційні чинники інвестиційного забезпечення розвитку аграрно-промислового виробництва / М.Ю. Коденська // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2013. – № 2. – С. 62-66.
4. Колесник О.О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні / О.О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2(6). – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http//tourlib.net/statti_kolesnyk6.htm
5. Параконний С.В. Напрями інвестиційного забезпечення розвитку економічного потенціалу підприємства / С.В. Параконний, Л.В. Войшвілло, І.В. Шпанковський // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля: наук. журнал. – Луганськ, 2011. – № 11(153), ч. 1. – С. 68-76.
6. Шилова О.Ю. Інвестиційне забезпечення розвитку підприємства / Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля: наук. журнал. – Луганськ, 2012. – № 11(182), ч. 1.
7. Кифяк В. Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства» / В. Кифяк // Економічний аналіз. – Тернопіль, 2011. – Вип. 8, ч. 2. – С. 190-194.
8. Левандівський О.Т. Особливості інвестиційного забезпечення АПК / О.Т. Левандівський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file
9. Лопатюк Р.І. Інвестиційне забезпечення підприємств аграрної сфери / Р.І. Лопатюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukr.vipreshebnik.ru/invest-men/4527-investitsijnezabezpechennya-pidpriemstv-agrarnoji-sferi.html

10. Надтока Т.Б. Соціальний розвиток промислового підприємства та механізми його управління // Управлінські технології у рішенні сучасних проблем розвитку соціальноекономічних систем: монографія / Т.Б. Надтока, Г.А. Какуніна, О.В. Мартякова та ін. / за заг. ред. О.В. Мартякової. – Донецьк: Вид-во ДонНТУ, 2011. – 744 с. – С. 564-569.

Аннотация. Обобщены подходы к трактовке категорий «инвестиционное обеспечение», «развитие», «инвестиционное обеспечение развития сельскохозяйственных предприятий» и определена взаимосвязь между ними. В период острых социальных и экологических проблем становится важным и актуальным освоение экономического роста в интересах устойчивого и инклюзивного развития. Инвестиции являются основной движущей силой этого роста. Инвестиционное обеспечение является наиболее важной предпосылкой эффективного функционирования и развития сельскохозяйственных предприятий, поскольку способствует наращиванию объемов их производства, увеличению производственного потенциала, росту результативности отрасли и укреплению продовольственной безопасности страны, создает предпосылки развития социальной сферы и повышения плодородия почв. Проанализированы особенности инвестиционного обеспечения сельскохозяйственных предприятий в зависимости от эффективности их деятельности. Осуществлена оценка влияния отдельных факторов на инвестиционное обеспечение предприятий, осуществляющих прибыльную и убыточную деятельность.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционное обеспечение, сельскохозяйственные предприятия, развитие.

Summary. The approaches to the interpretation of the categories «investment security», «investment development», «investment security of the agricultural enterprises' development» are summarized and the relationship between them are defined. In the period of acute social and environmental problems, it is become an important and urgent mastering of economic growth for sustainable and inclusive development. Investments are the main driving force of such growth. Investment provision is the most important prerequisite for the effective functioning and development of agricultural enterprises, as it contributes to increasing the volume of their production, increasing productive capacity, increasing the productivity of the industry and strengthening the country's food security, creates preconditions for the development of the social sphere and enhancement of soil fertility. The features of the investment ensure of agricultural enterprises depending on their performance was analyzed. The estimation of the impact of individual factors on investment ensure of agricultural enterprises engaged in profitable and unprofitable activities.

Key words: investments, investment support, agricultural enterprises, development.

УДК 339.92

Богатирьов І. І.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного обліку і аудиту
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Bohatyriov I. I.
PhD in economics, associate professor
of international accounting and audit department
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

FEATURES OF THE EUROPEAN UNION FINANCIAL SYSTEM

Анотація. У статті проаналізовано особливості формування фінансової системи Європейського Союзу. Досліджено підходи до оцінки країнових і корпоративних рівнів держав – учасниць Європейського Союзу. Проведено системний аналіз макроекономічних показників та аналітичних індикаторів задля виявлення компаній – лідерів європейської економіки, значна більшість яких міститься у Великобританії, Німеччині, Франції, Нідерландах, Швеції та Швейцарії.

Ключові слова: фінансова система, Європейський Союз, аналітичні індикатори, економічні зв'язки, ТНК.

Постановка проблеми. Створення та розвиток ЄС від самого початку його заснування передбачали формування більш тісних економічних взаємин як між окремими країнами, так і спільного економічного простору в цілому, що логічно вело до розбудови цілісної системи поліструктурних фінансових зв'язків між корпораціями держав-учасниць, а також їхньої кооперації з малим та середнім бізнесом. Як наслідок такої конвергентної активності європейської економіки держави – члени ЄС уже на зламі тисячоліть мали доволі вражаючий показник взаємної торгівлі, що перевищував 60% зовнішньоторговельного обороту кожної з країн. Подібні відсоткові дані констатувалися також у сфері взаємних інвестицій, мобільності робочої сили, ринку позичкового капіталу тощо. Все це разом узяте сформувало доволі високий потенціал європейської економіки, базовою основою якої слугують

високоінтегровані господарські комплекси держав Європейського Союзу, що, відповідно, позначається на результатах діяльності угруповання. Сумарне виробництво ВВП в ЄС – 28, за даними Євростату, станом на кінець 2015 р. сягнуло 14 трлн. євро [1], що перевищувало аналогічні індикатори США, Китаю та Японії. При цьому ЄС залишається найбільшим у світі експортером і імпортером товарів та послуг, провідним глобальним інвестором, частка якого у світовій економіці коливається в межах 21-25%. Водночас економічні та фінансові індикатори окремих країн Європейського Союзу суттєво різняться. Так, показник ВВП на душу населення держав ЄС, що був співставлений із середнім по ЄС (ЄС – 28 = 100%), виглядає як екстремальний і коливається від 266% у Люксембурзі до 47% у Болгарії. Так звані «чотири мотори» європейської економіки – Німеччина, Франція, Великобританія, Італія – забезпечують відтворення 63% ВВП ЄС. Водночас саме ці країни суттєво впливають на рішення, що приймаються.

Значні відмінності характерні й для ринків праці, основний індикатор якого – рівень безробіття, що визначається за методикою Міжнародної організації праці (МОП), коливається від 19% в Іспанії до 3% у Нідерландах, що забезпечує, з одного боку, надзвичайно високий рівень мобільності сукупної робочої сили, з іншого – значну розбіжність поглядів населення на міграцію, дедалі більше стає найпекучішою проблемою сучасного Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових праць, присвячених особливостям сучасної фінансової системи Європейського Союзу, варто виділити дослідження таких науковців, як C. Reinhart, K. Rogoff, R. Jones, H. Мусис та багатьох інших.

Мета статті полягає в аналізі особливостей фінансової системи Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Визначення позицій економік країн Євросоюзу є, з одного боку, доволі простою справою, якщо йдеться про встановлення характеру стандартизованих економічних відносин у суспільстві, з іншого – складною, адже аналітикам добре відомо, що поточні показники конкурентоспроможності національної економіки далеко не завжди відображають ті позитивні/негативні зміни, що мали місце в креативній сфері людської діяльності в межах певної держави. Це передбачає врахування цілої низки додаткових факторів, що включають стан та якість освіти, середню тривалість життя, доступність медичних послуг тощо. З кожним роком ця доволі специфічна сфера підприємництва потребує все більших обсягів фінансування, розширення кількості зайнятих, а також постійного підвищення рівня їхньої кваліфікації. Значною мірою задовольняє відтепер уже новим аналітичним вимогам так званий Індекс людського розвитку (HDI), який щорічно розраховують експерти ООН. До його явних переваг відносять комплексність і, певною мірою, аналітичну системність, до недоліків – постійні суперечки щодо вагових коефіцієнтів кожного із субіндексів (освітній, тривалості життя, ВВП на душу населення тощо). Тим не менше, більшість учених погоджується з тим, що HDI доволі ілюстративно відображає ті конвергентні зміни, що мають місце в Європейському Союзі і суттєво впливають на його фінансову систему (табл. 1).

Як випливає з таблиці, для держав ЄС характерним є певний розрив у країнових показниках HDI. Утім, усі вони, за винятком Болгарії та Румунії, включені до групи країн із надзвичайно високим рівнем Індексу людського розвитку потенціалу, а дві останні – до групи високого рівня. Група держав, що посідають у глобальному рейтингу місця з 14-го по 28-е, впевнено демонструють переваги своєї соціальної та економічної конвергенції. Доволі показовим є й те, що до цієї групи потрапили дві постсоціалістичні країни – Словенія та Чехія, які впевнено демонструють реальні успіхи розвитку своїх економік і водночас збереження освітніх, наукових, культурних та інших пріоритетів. Разом із тим навіть так звані «аутсайдери» пропонованого таблоїду впевнено посідають авангардні позиції у світовому розвитку, суттєво випереджаючи Україну (81-та сходинка, HDI = 0,747), освітній субіндекс якої не поступається державам-лідерам, натомість економічний суттєво тягне вниз сумарний індекс оцінювання.

Доволі показовим для транс'європейських порівнянь є й те, що подібного роду показники в сучасному Європейському Союзі мають, швидше за все, аналітичне значення, ніж вирішальне, під час прийняття рішення про фінансування тих чи інших проектів, адже далеко не завжди дослідження динаміки змін HDI на рівні регіонів NUTS – 2, може дати відповідь на питання першочерговості системних змін у соціальній та економічній сферах.

Із позицій ТНК та ТНБ можна припустити, що аналітичне значення матимуть під час розміщення ПІІ певні субіндекси, а не загальний індикатор, адже потенційні

Таблиця 1

Індекс людського розвитку країн ЄС у глобальному рейтингу

Країна	Індекс HDI	Рейтинг		Країна	Індекс HDI	Рейтинг	
		в ЄС	у освіті			в ЄС	у освіті
Данія	0,923	1	4	Чехія	0,870	15	28
Нідерланди	0,922	2	5	Греція	0,865	16	29
Німеччина	0,916	3-4	6	Естонія	0,856	17	30
Ірландія	0,916	3-4	6	Кіпр	0,850	18	32
Швеція	0,907	5-6	14	Словаччина	0,844	19	35
Великобританія	0,907	5-6	14	Польща	0,843	20	36
Люксембург	0,892	7	19	Литва	0,839	21-22	37
Бельгія	0,890	8	21	Мальта	0,839	21-22	37
Франція	0,888	9	22	Португалія	0,830	23	43
Австрія	0,885	10	23	Угорщина	0,828	24	44
Фінляндія	0,883	11	24	Латвія	0,819	25	46
Словенія	0,880	12	25	Хорватія	0,818	26	47
Іспанія	0,876	13	26	Румунія	0,793	27	52
Італія	0,873	14	27	Болгарія	0,782	28	59

Джерело: складено за [2]

інвестори завжди будуть цікавитися сталістю законодавства, створеною якісною інфраструктурою, середнім рівнем заробітної плати та іншими показниками розвитку національної економіки у т. ч. економічної свободи.

Розроблений свого часу американським дослідницьким центром «Фонд спадщини» та газетою The Wall Street Journal рейтинг країн, з огляду на економічну свободу в них (Index of Economic Freedom – IEF), значною мірою пояснює причини суттєвої диференціації держав Європейського Союзу щодо організації та ведення бізнесу. Зауважимо також, що відмінність у перелічених вище індикаторах інвестиційної привабливості, кваліфікації робочої сили та оплати праці нерідко гармонізується в ЄС із реальним досвідом організації виробництва, захисту бізнесу та можливості, у разі потреби, його трансферу.

У цілому експерти вказують, що, як правило, найбільш потужний вплив на бізнес спричиняє насамперед уряд, який утручається у виробництво, розподіл і споживання товарів та послуг. Наслідки такої активності далеко не завжди є позитивними, ось чому розробники зазначеного вище індексу ITF переконані, що найважливішими його складниками є оцінювання фінансового сектору, інвестиції, монетарна і фінансова свобода, гарантія прав власності, ступінь захисту від корупції тощо. Втім, слід зазначити, що три основні країни – лідери світового рейтингу (Гонконг, Сінгапур, Нова Зеландія) знаходяться поза межами Європи і не мають на відміну від ЄС жорстокої регламентації своєї діяльності, що здійснюється через низку наднаціональних регуляторних актів та правил. На додаток до цього слід зазначити, що європейські корпорації, насамперед ТНК, намагаються зменшити ризики, що є на відміну від американських більш обережними і виникають у процесі інвестування. Також відлякують від інвестування в європейську економіку жорсткі екологічні стандарти як в окремих країнах угруповання, так і ЄС у цілому. Тож невипадково, що перші місця посіли Ірландія, Естонія та Великобританія, які об'єднали в собі дві основні ідеї прискорення економічної активності: створення ситуації «інвестиційного буму» (у перших двох країнах) та традиційно надійного захисту бізнесу у третьому випадку. З таблиці випливає, що держави – лідери за показником сумарного виробництва ВВП необов'язково мають виходити на домінуючі позиції щодо рейтингу економічної свободи. Таку думку доволі ілюстративно підтверджують, Франція та Іспанія, які посіли 75-е і 86-е місця у світі й 24-е – 25-е в ЄС. Натомість нові учасники ЄС – Естонія, Литва, Чехія, – які постійно дослухалися порад західних експертів щодо зменшення втручання своїх урядів у справи бізнесу відтепер мають значно кращі інвестиційні умови, ніж інші. Приміром, Чехія напередодні її вступу до ЄС уже тоді мала інноваційну в цілому структуру інвестування, в якій лише на галузь машинобудування припадало понад 60% ПІІ, що надійшли в країну. Надзвичайно активною була також діяльність агенції «Чехінвест», якій не лише вдалося залучити інвестиції та інновації з Кремнієвої долини США, а й значною мірою скопіювати фінансову модель Ірландії, що виявилася найбільш ефективною на Європейському континенті на зламі тисячоліть. Зазначимо, що такий досвід слід урахувати й Україні, яка у таблоїді знаходиться лише на 162-му місці – між Соломоновими островами та Демократичною Республікою Конго.

Не менш важливим для визначення корпоративних інтересів ТНК та ТНБ у процесі розширення їхньої фінансової активності завжди був індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index – CPI), котрий, як і попередній індикатор, розрахується на основі статистичних даних, інформації, що базується на експертних джерелах, а також тієї, що надходить із боку авторитетних міжнародних організацій (табл. 2).

Із наведеної таблиці випливає, що три скандинавські країни (Данія, Фінляндія, Швеція) належать до числа тих держав світу, де суспільство не сприймає корупційні дії, а отже, вони не передбачають додаткових «неофіційних трат» у разі інвестування в їхні економіки, чого не можна сказати про Румунію, Італію, Болгарію, рівень корупції в яких є високим за європейськими мірками, проте у рази нижчим за індикатор Російської Федерації (119-е місце) та України (130-е). Безсумнівним лідером зазначеного рейтингу серед постсоціалістичних країн є Естонія, певною мірою – Польща, натомість решта нових держав ЄС (за винятком Італії) посідають нижні позиції, корупційні скандали в яких виникають хоча й не так вже часто, проте вони є доволі гучними і такими, що викликають болючий резонанс у суспільстві.

Наведені аналітичні дані, на нашу думку, можуть слугувати основою для чіткого позиціонування європейських фінансів у глобальній фінансовій системі з усім розмаїттям країнових підходів та особливостей ЄС.

Таблиця 2

Індекс сприйняття корупції (CPI) в державах ЄС, 2015 р.

Країна	Індекс CPI	Рейтинг		Країна	Індекс CPI	Рейтинг	
		в ЄС	в освіті			в ЄС	в освіті
Данія	91	1	1	Кіпр	61	15-16	32
Фінляндія	90	2	2	Литва	61	15-16	32
Швеція	89	3	3	Словенія	60	17	35
Нідерланди	87	4	5	Іспанія	58	18	36
Німеччина	81	5-7	10	Чехія	56	19-20	37
Люксембург	81	5-7	10	Мальта	56	19-20	37
Великобританія	81	5-7	10	Латвія	55	21	40
Бельгія	77	8	15	Хорватія	51	22-24	50
Австрія	76	9	16	Угорщина	51	22-24	50
Ірландія	75	10	18	Словаччина	51	22-24	50
Естонія	70	11-12	23	Греція	46	25-26	58
Франція	70	11-12	23	Румунія	46	25-26	58
Португалія	63	13	28	Італія	44	27	61
Польща	62	14	30	Болгарія	41	28	69

Джерело: складено за [3]

Використання терміну «фінанси», у т. ч. «корпоративні фінанси», у сучасних євроінтеграційних дослідженнях є, на думку багатьох учених, надзвичайно диференційованим, адже рівнями фокусування як наукових, так і прикладних дефініцій можуть бути доволі різні аналітичні платформи, котрі, на нашу думку, можна по групувати в такий спосіб:

• наднаціональні фінанси. Їхня значущість стає очевидною, коли йдеться про ЄС у цілому і можливість використання бюджету угрупування. При цьому основна увага концентрується на фінансових інструментах захисту навколишнього середовища, фінансових інструментів керівництва у сфері рибальства тощо. На таких можливих варіантах ідентифікації наполягає відомий дослідник Н. Мусис [4, с. 279, 178]. На обов'язковій фінансовій солідарності, в європейській економічній науці наголошується насамперед тоді, коли йдеться про модель формування бюджету на кожні наступні сім років [4, с. 118, 380]. Утім, варто зауважити, що й фінанси ЄС можуть, за умов їхнього використання в межах країни-реципієнта, активно споживатися малим і середнім бізнесом (SME) (прикладом може слугувати Сьома рамкова угода) і ставати, таким чином, частиною корпоративних фінансів як різного роду компліментарні інструменти;

• європейський фінансовий ринок. Йому притаманні декілька моделей розвитку, проте є спільні правила функціонування [6, с. 256-261], вивірені (встановлені) підходи до оцінювання ефективності [6, с. 972], а також, як уважає M. Fry, методи фінансової стабілізації [5, с. 288];

• дослідження динаміки руху прямих іноземних інвестицій у межах зони євро, ЄС у цілому та в глобальній економіці. При цьому найважливішою умовою є позиціонування країн як експортерів ПІІ так і їх імпортерів. На цьому постійно наголошує британський економіст R. Jones [7, с. 392-395];

• фінансові послуги. На різну інтерпретацію їх значущості та оцінювання постійно вказують відомі європейські дослідники. Зокрема, британці B. Ardy та A. El-Agraa звертають особливу увагу на потребу у забезпеченні фінансової інтеграції держав-учасниць, безпеку єдиного ринку [8, с. 137-138]. При цьому ціла низка дослідників звертає увагу на чітку ідентифікацію європейських фінансових послуг в межах СОТ. Значний наголос на цьому робить британський дослідник L. Moore [9, с. 283-284]. Натомість італійський учений G. Pescetto розглядає фінансові послуги в ЄС через систему індикаторів, що включають банківські депозити, банківські зобов'язання (як відсоток ВВП), капіталізацію фондових ринків, склад та співвідношення корпоративного, фінансового та публічного секторів [10, с. 292];

• регулювання діяльності фінансових ринків. Як правило, відомі європейські аналітики наголошують на тому, що регулювання має здійснюватися як за допомогою інститутів ЄС, на що постійно вказують H. та W. Wallace, які відводять ключову роль у прийнятті рішень міністрам фінансів країн-учасниць [11, с. 16-19], так і за допомогою менш значущих важелів. Утім, так думають далеко не усі. Наприклад, N.Nugent переконаний, що таке регулювання здійснюється протягом тривалої еволюції європейської фінансової системи, яка розпочалася в інтеграційному угрупованні ще у 1988 р. і триває досі [12, с. 402-461], та рамкових угод, що визначали рамки перспектив [12, с. 402-407], а також засоби подолання фінансових і економічних криз [12, с. 174-175], що виступали своєрідним тестом перевірки сталості фінансової системи Європейського Союзу;

• корпоративний складник у регулюванні фінансових пропорцій ЄС. Вона відіграє визначну роль у процесі лобіювання фінансових інтересів ТНК та ТНБ, інвестуванні капіталу, прийнятті відповідних рішень щодо його переміщення як у межах Євросоюзу, так і на територію третіх держав. Саме на такі особливості процесів сучасної корпоративізації вказує D. McCann, який дав їм доволі влучну назву «корпоративний контроль фінансової системи ЄС» [13, с. 72-81]. Можна погодитися з автором у тому, що саме такий підхід може вважатися застережним заходом у процесі гармонізації європейської фінансової моделі.

Отже, попри значні ускладнення проходження фінансових сигналів у межах Європейського Союзу та різну інтерпретацію окремих аналітичних платформ, він має у цілому високий рівень концентрації корпоративного капіталу, хоча й відстає від тих показників, що мають місце в США та Японії. Разом із тим ЄС властиво доволі гармонійне поєднання інтересів різнорівневих учасників європейського і світового фінансового ринку.

Важливими особливостями сучасної фінансової системи Європейського Союзу є наявність цілої низки специфічних рис, які можна сформувати так:

• по-перше, значна монетарна керованість фінансової системи, важливою стабілізуючою основою чого може слугувати діяльність Європейського центрального банку (ЄЦБ) та системи національних банків як тих, що входять до зони євро (Економічного та монетарного союзу), так і тих, що не виявили своє бажання увійти до нього, але успішно застосовують механізми обмінних курсів (МОК – 1, МОК – 2);

• по-друге, поєднання фінансової глобалізації з процесами деглобалізації, прихильники якої N. Roper, C. Van Rijckerghem, B. Mauro, а також російська дослідницька В. Архипова вважають це суттєвим ускладненням функціонування фінансової системи світу [14-16]. На думку цих авторів, банківський сегмент має тенденцію до стискання, отже, транскордонні фінансові зв'язки суттєво зменшують свою інтенсивність у межах ЄС. Зазначимо, що цей процес виглядає доволі строкато, адже, з одного боку, нічого не заважає руху інвестицій, а з іншого – зниження трансакційних та інших витрат сприяє прийняттю таких рішень, які значною мірою сприяють мінімізації витрат. У цій ситуації можна говорити і про структурну трансформацію світових (глобальних) фінансів, на чому наполягає K. Forbes [17];

• по-третє, значна ризикованість європейської фінансової системи, яка, тим не менше, є більш надійно захищеною в межах європейського економічного і монетарного союзу за рахунок високої конкурентоспроможності держав – лідерів (Німеччини, Франції, Бельгії, Нідерландів, Люксембургу) і значної, в окремих випадках, упереджувальної регламентаційної моделі регулювання фінансової діяльності нових членів зони євро: держав Балтії, Словаччини, Кіпру тощо. Застережні та моніторингові заходи, які активно застосовують Європейський центральний банк та Єврокомісія, є важливим інструментом збереження відносної стабільності зони євро. З іншого боку, вони ж обмежують можливості національних економік держав-учасниць щодо створення нових робочих місць, розширення соціальних програм, що фінансуються з державного бюджету, тощо. Зрозуміло, пропонована модель «м'якого втручання у національні фінанси» ЄБЦ та Єврокомісії значно впливає на такі країни, як Польща, Чехія, Угорщина, котрі постійно відкладають термін свого вступу до ЄМС, збільшуючи, таким чином, трансакційні витрати свого бізнесу, але зберігаючи при цьому національні соціальні програми, частина яких фінансується на компліментарній основі;

• по-четверте, виявлений упродовж останніх п'яти років так званий ефект «фінансового зараження» contogion effeet [18; 19] має в межах зони євро свою специфіку, яку слід було б назвати периферійним фінансовим синдромом економічного і монетарного союзу ЄС, який зумовлений, з одного боку, високим рівнем кризовості, нестійкості, різнорівневою динамікою секторальних змін національних економік, з іншого – він наочно ілюструє значне дистанціонування держав цього угруповання щодо рівнів їхньої конкурентоспроможності. Найбільш ілюстративний механізм поширення системної кризи європейських фінансів мало так зване європейське Середземномор'я. Грубе порушення Грецією монетарних правил під час її вступу до ЕМС та популістський підхід до формування національного бюджету упродовж наступних десяти років призвели до системної кризи її фінансів та вірусоподібного розширення аналогічного явища на інші держави мегарегіону: Кіпр, Іспанію, Португалію, Італію. З часом серйозними фінансовими конфліктами були охоплені Ірландія, держави Балтії, Словаччина, Словенія. Водночас наслідки кризи були менш відчутними в країнах, що утворюють «ядро» ЄС: Німеччині, Нідерландах, Австрії, а також Польщі, яка не увійшла до зони євро, натомість забезпечила за допомогою підвищення своєї інвестиційної привабливості у пік кризи своє незначне, але все ж певне економічне зростання (приріст ВВП у 2008 р. становив 0,5%);

• по-п'яте, попри завершення економічної і фінансової кризи в 2010 р. вкладання в основний капітал у зоні євро продовжували постійно знижуватися і, за даними російського дослідника А. Сидорова, у 2013 р. сягнули рекордно низької цифри – 20% [20, с. 51]. Подібного роду дані яскраво свідчать про те, що корпоративні інтереси європейських ТНК та ТНБ далеко не завжди концентруються на Європейському континенті й скеровані, як правило, на держави Східної, Південно-Східної та Південної Азії;

• по-шосте, як показують дослідження низки європейських науковців [21], а також дослідницьких центрів [22; 23], попри всі позитивні у цілому прогнози Єврокомісії [24] так званий бізнес-цикл ЄС (Business Cycle Dating) поки що повністю не відновився, основна причина чого полягає у відсутності поліпшення світової економічної кон'юнктури;

• по-сьоме, можливий вихід Великобританії з ЄС буде означати суттєві зміни у фінансовій архітектурі цього інтеграційного угруповання, адже його бюджет утратить не менше 15%, водночас припиниться фінансування зі структурних фондів цілої низки депресивних регіонів Об'єднаного Королівства, найгіршим результатом чого має стати зменшення відшкодувань на розвиток депресивних регіонів Великобританії (Уельс, Корнуел), суттєво знизяться обсяги зовнішньої торгівлі, насамперед британського експорту до ЄС, значно втратить обсяги продажу цінних паперів Лондонська фондова біржа; слід очікувати також переміщення глобального центру фінансової активності з Лондона до Франкфурта-на-Майні, що, природно, тягне за собою значне зменшення взаємних обсягів прямих і портфельних інвестицій.

Висновки. Фінансова система Європейського Союзу формувалася впродовж усієї його еволюції й являє в умовах сьогодення комплекс поліструктурних різнорівневих економічних зв'язків, який охоплює національно-наднаціональну та корпоративну моделі трансферу грошово-кредитних ресурсів, що забезпечує порівняно високі конкурентні позиції європейських ТНК та ТНБ у глобальній економіці. Попри всю аналітичну подібність підходів до оцінювання країнових і корпоративних рівнів держав-учасниць вони суттєво відрізняються, що достатньо повно визначають системи макроекономічних показників та аналітичних індикаторів (індекс економічної свободи, індекс сприйняття корупції, індекс фінансової глобалізації тощо), системний аналіз яких дав змогу виявити компанії – лідери європейської економіки, значна більшість яких міститься у Великобританії, Німеччині, Франції, Нідерландах, Швеції, а також Швейцарії, реальна інтегрованість якої в європейський економічний простір є доволі високою.

Список використаних джерел:

1. Євростат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //ec. europa. eu/ eurostat
2. Human Development Index, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //www.weforum. org / agenda / 2015
3. Trasparency International, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //gtirarket. ru/ news / 2016
4. Мусис Н. Усе про спільні політики Європейського Союзу / Н. Мусис; пер. з англ. – К.: К.І.С., 2005. – 466 с.
5. Fry M. Financial stability and economic development in transitional economies / Financial and Monetary Integration in the New Europe. – Cheltenham: Edward Elgar, 2001. – P. 275-289.
6. Horsewood N., Sutherland D. Market efficiency in trasition economies: eguity markets and EU accession / Financial and Monetary integration in the New Europe. – Cheltenham: Edward Elgar, 2001. – P. 372-394.
7. Jones R. The Politics and Economics of the European Union, Second Edition. – Cheltenham: Edward Elgar, 2001. – 523 p.
8. Ardy B., El-Agraa A. The economics of the single market / The European Union. Economics and Policies / Ed. by Ali M. El-Agraa. – Cambridge: University Press, 2007. – P. 130-143.
9. Moore L. Developments in Trade and Trade Policy / The Economics of the European Union Policy and Analysis. Third Edition. Ed. by Mike Artis and Frederick Nixson. – Oxford: University Press, 2001. – P. 271-289.
10. Prescetto G. Financial services / Industries in Europe. Competition, Trends and Policy Issues / Ed. by Peter Jonson. – Cheltenham: Edward Elgar, 2003. – P. 287-319.
11. Policy – Marking in the European Union / Ed. by Hellen Wallance, William Wallance. – Oxford: University Press, 2004. – 610 p.
12. Nugent N. The Government and Politics of the European Union. 7th Edition – London: Palgrave Macmillan, 2010. – 486 p.
13. McCann D. The Political Economy of the European Union. An institutionalist Perspective. – Cambridge: Polity, 2010. – 214 p.
14. Roper N. Financial Deglobalization: Resurgence of Nation States During and After the Great Recesion // Journal of financial Inquiry. – 2013. – Spring issue. – P. 1-18.
15. Van Rijokenhem C., Mauro B. Financial Deglobalization: Is The World Getting Smaller? Istanbul, Bogazici University. 2013. – September [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: // www. econ. bour. edu. tr /content/ wp/ EC2013
16. Архипова В. Мировая финансовая система: глобализация или деглобализация? / В. Архипова // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – № 5. – С. 40-49.
17. Forbes K. Financial «Deglobalization»: Capital Flows, Banks, and Beatles. – London: Banks of England. Queen Mary University. – 2014. – November. – 27 p.

18. Regional Integration and Foreign direct investment in Developing and Transition Economies. United Nations Conference on Trade and Dtvelopment (UNCTAD). December 3, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //unctad. org /meetinds/ en/ Sessional Documents/ ciimem 4d2_en. Pdf
19. Экономическая интеграция: уроки для постсоветского пространства / М. Головнин, А. Захаров, Д. Ушколова // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – № 4. – С. 61-69.
20. Сидоров А. Общехозяйственная коньюнктура еврозоны / А. Сидоров // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – № 3. – С. 49-57.
21. Reinhart C., Rogoff K. Recovery From Financial Crisis: Evidence from 100 Episodes / C. M. Reinhart, K. C. Rogoff // NBER Working Papers. – 2014. – № 19823. – 15 p.
22. Bureau of Economic Analysis [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: // www. bea. gov. /itable/ indeex. Cfm
23. Euro Area Business Cycle Dating Committee: Euro Area Mired in Recession Pause (2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: // www. cepr. org. / sites / default/ files
24. European Economic Forecast. Winter 2015. – Brussels: EU, 2015. – 200 p.

Аннотация. В статье проанализированы особенности формирования финансовой системы Европейского Союза. Исследованы подходы к оценке корпоративных уровней стран – участниц Европейского Союза. Проведен системный анализ макроэкономических показателей и аналитических индикаторов для определения компаний – лидеров европейской экономики, большая часть которых находиться в Великобритании, Германии, Франции, Нидерландах, Швеции, а также Швейцарии.

Ключевые слова: финансовая система, Европейский Союз, аналитические индикаторы, экономические связи, ТНК.

Summary. The article deals with the features of European Union financial system formation. Researched approaches to assessment of country and corporate levels of states – participants of the European Union. We made a systematic analysis of macroeconomic indicators and analytical indicators to identify the companies – leaders of the European economy, the vast majority of which is contained in the UK, Germany, France, the Netherlands, Sweden and Switzerland.

Key words: financial system, the European Union, analytical indicators, economic relations, TNC.

УДК 338.439(477)

Болдирєва Л. М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту і логістики
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка

Boldyrieva L. N.
PhD in Economics, Professor,
Associate Professor of Department of Management and Logistics
Poltava National Technical Yuri Kondratuyk Universi

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

THEORETICAL ASPECTS OF RESOURCE SUPPLY OF THE AGROINDUSTRIAL SECTOR OF ECONOMY

Анотація. Обґрунтовано, що забезпечення агропродовольчого сектора ресурсами, необхідними для виробничо-комерційної діяльності, відбувається через рух потоків ресурсів (потокові процеси). Встановлено, що необхідний матеріалопотік ресурсів для агропродовольчого сектора має забезпечуватися відповідною інтенсивністю матеріалопотоку та швидкістю переміщення матеріалів, що вимагають використання енергонасичених великовантажних транспортних засобів. Акцентовано увагу на необхідності підвищити стабільність ресурсів підприємствам агропродовольчого сектора шляхом зменшення нерівномірності матеріальних потоків. Обґрунтовано функцію закупівель ресурсів, яка пов'язує потреби агропродовольчого сектора в необхідних ресурсах із фінансовими можливостями виробників агропродовольчої продукції та кон'юнктурою ресурсних ринків, що характеризується, зокрема, рівнем цін на ресурси. Доведено, що стратегії закупівель ресурсів в агропродовольчому секторі варто диференціювати з урахуванням обсягів матеріалопотоків.

Ключові слова: агропродовольчий сектор економіки, ресурсне забезпечення, ресурсні потоки.

Постановка проблеми. Агропродовольчий сектор економіки, який об'єднує сільське господарство, переробну і харчову промисловість, сферу торгівлі продовольством, є великим споживачем ресурсів, зокрема промислового походження. Забезпечення АПС ресурсами, необхідними для виробничо-комерційної діяльності, відбувається шляхом функціонування потокових процесів, формуючи при цьому ресурсні потоки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових джерелах спостерігаються різні підходи до понять «ресурси» та «чинники виробництва». Зокрема, Е. Долан та Д. Ліндсей [1, с. 9] ототожнюють ці категорії, а такі науковці, як Л.Ю. Мельник, В.Я. Плаксієнко, Ю.І. Скірко, вважають, що лише та частина виробничих ресурсів, яка бере участь у даному циклі виробництва, у певний проміжок часу може вважатися фактором виробництва [2, с. 17-19]. На думку К.А. Аракелової [3, с. 210], можна вести мову про два чинники виробництва – людину та природу. Однак Ф.В. Зинов'єв [4, с. 143], розглядаючи ресурсне забезпечення, крім землі, матеріальних ресурсів, фінансів, інформації, включає ще й підприємницький талант (хист) керівника.

Рух ресурсів невід'ємно пов'язаний із поняттям «потік» – «велика кількість, маса кого-, чого-небудь, що рухаються в одному напрямі» [5, с. 841]. Розглядаючи операційні процеси, вчені виділяють: матеріальні потоки у процесі постачання, виробництва і збуту продукції, переміщення вантажу; енергетичні потоки під час забезпечення енергоресурсами; інформаційні потоки у процесі інформаційного забезпечення; фінансові потоки задля фінансового забезпечення; кадрові потоки під час кадрового забезпечення [6, с. 15].

Економічні проблеми потокових процесів досліджують такі науковці, як: А.Г. Бутрін [7, с. 7], Є.О. Голиков [8, с. 189], О.А. Новікова і С.А. Уваров [9, с. 67], В. Попов та І. Крайнюченко [10], З.Є. Шершньова і С.В. Оборська [11, с. 5-6]. Потоки також розглядають у межах теорії масового обслуговування [12; 13] під час планування перевезень, розрахунку автомобільних шляхів, аеропортів [14].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У процесі дослідження теоретичних проблем ресурсного забезпечення агропродовольчого сектора доцільне виокремлення питань специфіки потоків ресурсів і потокових процесів, установлення функціональних залежностей матеріалопотоків та обсягів закупівель ресурсів тощо.

Мета статті полягає у поданні теоретичних підходів до формування матеріалопотоків в агропродовольчому секторі, зважаючи, зокрема, на сезонність сільськогосподарського виробництва та переробної промисловості, обґрунтуванні диференційованих стратегій закупівель ресурсів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Встановлено, що термін «ресурси» набув широкого розповсюдження у науковій літературі. Зокрема, словник надає англомовні варіанти терміну «ресурси» та їх перекладу (табл. 1).

Утім, переклад словосполучення logistic resource як предметів матеріально-технічного постачання (табл. 1), на нашу думку, є не досить повним, оскільки логістика не обмежується лише матеріально-технічним постачанням.

Ресурси, що використовуються в агропродовольчому секторі економіки, на нашу думку, варто класифікувати так: людські ресурси (людський капітал); матеріальні ресурси; енергетичні ресурси; просторові ресурси (земельні угіддя); фінансові ресурси; інформаційні ресурси; часові ресурси (ресурси часу).

Ресурси, що виробляє промисловість для агропродовольчого сектору економіки, можна поділити на дві кате-

горії: загальні ресурси (ресурси загального призначення) та спеціалізовані ресурси (рис. 1).

Таблиця 1

Англомовний термін resource та його тлумачення (переклад)

Англомовний варіант	Переклад
farm resource	ресурси сільського господарства
financial resource	фінансові джерела
forage resource	кормові ресурси
human (labor) resource	людські (трудові) ресурси
logistic resource	предмети матеріально-технічного постачання
manpower resource	людські (трудові) ресурси
manufacturing resource	виробничі ресурси
material resource	матеріальні ресурси
monetary resource	грошові ресурси
natural resource	природні ресурси
pecuniary resource	грошові ресурси
physical resource	матеріальні ресурси
power resource	енергетичні ресурси
woter resource	водні ресурси

Джерело: складено за даними [15, с. 576]

У ринкових умовах, що характеризуються конкуренцією, загальні ресурси (рис. 1) можуть бути реалізовані в різних галузях (зокрема, в тих, які здатні запропонувати вищу ціну). Специфічні (спеціалізовані) ресурси реалізуються лише в агропродовольчому секторі економіки. Тобто на рівень цін загальних ресурсів впливають інші (несільськогосподарські) споживачі. Це характеризують, зокрема, ціни на пальне, яке використовується споживачами всіх галузей економіки.

Поняття «потік», яке раніше широко використовувалося у природничих та технічних науках, як засвідчили дослідження, нині знайшло широке розповсюдження в економічній сфері. Зокрема, термін «потік» (flow) в англомовній економічній літературі використовується у різних словосполученнях (табл. 2).

Утім, тлумачення окремих словосполучень у табл. 2, на нашу думку, вимагає певних уточнень. Зокрема, з огляду на термінологію логістики, словосполучення material flow доцільно тлумачити як матеріальний потік, work flow – як потік трудових ресурсів (кадровий потік).

Виробничий процес агропродовольчого сектору, на нашу думку, можна розглядати як перетворення матеріального, інформаційного, енергетичного та інших потоків. Зазначений процес полягає у підведенні потоків енергії та інформації до предметів праці, внаслідок чого вони трансформуються в продукти і створюють потік товарів. В агропродовольчому секторі як в економічній системі, яка споживає ресурси і виробляє продукцію, вважаємо, зв'язки між елементами системи здійснюються у вигляді триєдиних потоків речовини, енергії та інформації з урахуванням таких підходів: 1) руху речовини в часі та просторі, що супроводжується енергоінформаційним обміном; 2) матеріальності енергоносіїв (енергоресурсів, теплоносіїв, передачі електроенергії у вигляді руху електронів тощо); 3) переміщення речовини у просторі неможливе без використання енергії. Тобто виробництво агропродовольчої продукції є наслідком функціонування цілеспрямованих потоків речовини, енергії та інформації.

Таблиця 2

Термін flow та його тлумачення (переклад)

Англомовний варіант	Переклад
flow of cost	рух витрат
flow of funds	рух коштів
flow of goods	потік товарів
flow of money	грошові потоки
flow of output	випуск продукції
flow of production	потоки виробництва
flow of traffic	1) перевезення; 2) рух транспортних засобів
cash flow	рух грошей
commoclity flow	потік товарів
city's traffic flow	міський пасажирський потік або вантажопотік
consumer flow	потік споживачів
data flow	потік інформації
derense-induced investment flow	потік капіталовкладень
iInformation flow	потік інформації
material flow	рух матеріалів
multicommodity flow	багатопродуктовий потік (у системі управління запасами)
one-commodity flow	однопродуктовий потік (у системі управління запасами)
producer's flow	потік (наприклад, товарів) від виробника
production flow	рух продукції
work flow	трудові процеси
flow-in	приток (ресурсів у галузь)
flow-out	відправка (ресурсів з галузі)

Джерело: складено за даними [15, с. 301-302]

Функціонування агропродовольчого сектору як економічної системи неможливе, зокрема, без фінансових потоків, що забезпечують рух матеріальних, енергетичних та інформаційних потоків як матеріальних цінностей, адже в ринковому середовищі матеріали, енергія та інформація мають свого власника і свою вартість. Отже, виробництво агропродовольчої продукції є наслідком цілеспрямованих, взаємоузгоджених матеріальних, енергетичних, фінансових та інформаційних потоків, управління якими здійснюються відповідно до принципів операційного, енергетичного, фінансового та інформаційного менеджменту.

Якщо матеріальний потік розуміється як потік матеріалів, а інформаційний потік – потік інформації, фінансо-

Рис. 1. Класифікація ресурсів, що виробляє промисловість для агропродовольчого сектору економіки

Джерело: власна розробка

вий потік – потік коштів/грошей, на нашу думку, не досить коректними є терміни «економічний потік» та «логістичний потік». На відміну від так званих економічного потоку та логістичного потоку доцільно використовувати поняття «ресурсний потік», який включає в себе потоки матеріальних, інформаційних, фізичних, фінансових, енергетичних та трудових ресурсів, тобто матеріальні, інформаційні, фінансові, енергетичні та трудові потоки (1):

$$РП = МП + ІП + ФП + ЕП + ТП, \quad (1)$$

де РП – ресурсний потік; МП – матеріальний потік; ІП – інформаційний потік; ФП – фінансовий потік; ЕП – енергетичний потік; ТП – трудовий потік.

Матеріалопотік, уважаємо, може характеризуватися такими показниками, як обсяги матеріалопотоку, інтенсивність матеріалопотоку та коефіцієнт нерівномірності матеріалопотоку.

Обсяги матеріалопотоку є функцією кількості матеріалу, що переміщується, та протяжності (віддалі) переміщення (2):

$$О_{мп} = M \times L, \quad (2)$$

де $О_{мп}$ – обсяги матеріалопотоку, т/км;

M – кількість переміщуваного матеріалу, т;

L – протяжність (віддаль) переміщення, км.

Зазначимо, що в кількісному виразі обсяги матеріалопотоку дорівнюють показнику вантажообігу.

Інтенсивність матеріалопотоку характеризується швидкістю переміщення певного обсягу матеріалу, тобто кількістю переміщуваного матеріалу за одиницю часу (3):

$$I_{МП} = \frac{О_{МП}}{T} = \frac{M \times L}{T}, \quad (3)$$

де $I_{мп}$ – інтенсивність матеріалопотоку, ткм/год.;

T – час переміщення матеріалу, год.

Швидкість переміщення матеріалу визначається за формулою (4):

$$V = \frac{L}{T}, \quad (4)$$

де V – швидкість переміщення матеріалу, км/год.

Тоді формула (3) набуває такого вигляду (5):

$$I_{мп} = О_{мп} \times V. \quad (5)$$

Тобто, інтенсивність матеріалопотоку прямо пропорційна обсягу матеріалопотоку та швидкості переміщення матеріалу.

Рис. 2. Потоки ресурсів агропродовольчого сектору в системі ринків

Джерело: власна розробка

Швидкість переміщення матеріалу залежить від техніко-експлуатаційних характеристик засобів переміщення (транспортних засобів) і характеризується, на нашу думку, функцією (6):

$$V = f(E), \quad (6)$$

де E – кількість енергоресурсів, що витрачаються транспортним засобом на переміщення матеріалопотоку, кг умовного палива (у. п.).

Застосовуючи систему показників енергетичного аналізу виробництва сільськогосподарської продукції [16, с. 52-55] та методичні підходи до визначення показників використання пального під час виконання транспортних робіт [17, с. 68] значення E можна визначити за опрацьованою нами формулою (7):

$$E = П_{дв} \times e_{пит} \times K_{кд} \times M, \quad (7)$$

де $П_{дв}$ – потужність двигуна транспортного засобу, кВт;

$e_{пит}$ – питоме енергоспоживання двигуна, кг у.п/кВт×ткм;

$K_{кд}$ – коефіцієнт корисної дії двигуна транспортного засобу.

Для агропродовольчого сектору характерна сезонність сільськогосподарського виробництва, зокрема рослинництва, що певною мірою визначає сезонність окремих підприємств харчової промисловості. Сезонність визначає час і темпи поставок матеріальних ресурсів, що зумовлює нерівномірність матеріальних потоків в агропродовольчому секторі.

Використовуючи методичні підходи, викладені в монографії [18, с. 120], коефіцієнт нерівномірності матеріальних потоків ($K_{нм}$) нами запропоновано визначати за формулою (8):

$$K_{НМ} = \frac{I_M\ max - I_M\ min}{I_M\ ср}, \quad (8)$$

де $I_м$ max, $I_м$ min, $I_м$ ср – відповідно максимальні, мінімальні та середні обсяги матеріального потоку.

Слід зазначити, що матеріальні ресурси в агропродовольчий сектор надходять через систему певних ринків. Відповідно, агропродовольча продукція до споживача надходить через ринки продовольства (рис. 2).

Обсяги закупівель ресурсів, на нашу думку, може характеризувати функція закупівель ресурсів, що пов'язує обсяги закупівель зі змінними як внутрішнього, так зовнішнього характеру (щодо певного підприємства). У найбільш загальному вигляді функція закупівель може бути сформульована як:

$$ЗР = F\ (X, Y^{p}_{i}, Z\ldots), \quad (9)$$

де ЗР – обсяг закупівель ресурсів;

X – змінна, що характеризує рівень економічної активності підприємства (виробництво валової продукції, товарної продукції, рівень прибутковості тощо);

Y^{p}_{i} – ціни на i-ті ресурси;

i – число ресурсів, що споживає підприємство;

Z – інші чинники.

Залежність (9) дає змогу пов'язати потреби агропродовольчого сектору в необхідних ресурсах із фінансовими можливостями виробників агропродовольчої продукції та кон'юнктурою ресурс-

них ринків, яка характеризується, зокрема, рівнем цін на ресурси.

До основних питань стратегії купівлі М. Портер [19, с. 136] відносить такі: стабільність і конкурентоспроможність групи постачальників; оптимальний ступінь вертикальної інтеграції; розподіл покупок серед кваліфікованих постачальників; створення максимального впливу на обраних постачальників. Зважаючи на зазначені дослідником підходи, в агропродовольчому секторі варто диференціювати підходи до ресурсного забезпечення. Оскільки на ціни ресурсів впливають обсяги їх закупівель, то перевагами користуються великі споживачі ресурсів. Зокрема, важливо дрібним та середнім товаровиробникам, зокрема фермерам, формувати обслуговуючі кооперативи, які б займалися ресурсним забезпеченням.

Висновки. Таким чином, забезпечення агропродовольчого сектору ресурсами, необхідними для виробничо-комерційної діяльності, відбувається через рух потоків ресурсів (потокові процеси).

Необхідний матеріалопотік ресурсів для агропродовольчого сектору має забезпечуватися відповідною інтенсивністю матеріалопотоку та швидкістю переміщення матеріалів, що вимагає використання енергонасичених великовантажних транспортних засобів.

Підвищити стабільність ресурсів підприємствам АПС варто за рахунок зменшення нерівномірності матеріальних потоків.

Функція закупівель ресурсів, обґрунтована у статті, пов'язує потреби агропродовольчого сектору у необхідних ресурсах із фінансовими можливостями виробників агропродовольчої продукції та кон'юнктурою ресурсних ринків, яка характеризується, зокрема, рівнем цін на ресурси.

Стратегії закупівель ресурсів в агропродовольчому секторі варто диференціювати з урахуванням обсягів матеріалопотоків. Зокрема, дрібним та середнім товаровиробникам (фермерам) доцільно об'єднуватися в обслуговуючі кооперативи, які б займалися ресурсним забезпеченням.

Список використаних джерел:

1. Долан Э.Дж. Рынок: микроэкономическая модель / Э.Дж. Долан, Д. Линдсей; пер. с англ. – СПб.: Автокомп, 1992. – 496 с.
2. Мельник Л.Ю. Економічна система суспільства: [навч. посіб.] / Л.Ю. Мельник, В.Я. Плаксієнко, Ю.І. Скірко. – Дніпропетровськ: Січ, 2001. – 540 с.
3. Курс экономической теории / Под. общ. ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. – Киров: АСА, 1995. – 624 с.
4. Зиновьев Ф.В. Формирование эффективных механизмов хозяйствования в агропромышленном комплексе Крыма: [монография] / Ф.В. Зиновьев. – Симферополь: Таврия, 2001. – 260 с.
5. Новий тлумачний словник української мови: у 3-х т. / Укл. В. Яременко, О. Сліпушко; вид. 2-е, виправ. – К.: Аконіт, 2003. – Т. 2. – 926 с.
6. Перебийніс В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: [монографія] / В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2006. – 207 с.
7. Бутрин А.Г. Теория и методология управления потоковыми процесами на промышленном предприятии: автореф. дис. … доктора эконом. наук: спец. 08.00.05 / А.Г. Бутрин. – Челябинск, 2003. – 32 с.
8. Голиков Е.А. Маркетинг и логістика: [учеб. пособ.] / Е.А. Голиков; 2-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2000. – 412 с.
9. Новиков О.А. Логистика: [учеб. пособ.] / О.А Новиков, С.А. Уваров. – СПб.: Бизнес-пресса, 1999. – 200 с.
10. Попов В. Парадигма потокового управления / В. Попов, И. Крайнюченко // Логистика. – 2003. – № 3. – С. 23-24.
11. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
12. Гнеденко Б.В. Введение в теорию массового обслуживания / Б.В. Гнеденко, И.Н. Коваленко; изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: Наука, 1987. – 432 с.
13. Саульев В.К. Математические модели теории массового обслуживания / В.К. Саульев; 3-е изд. испр. и доп. – М.: Статистика, 1979. – 96 с.
14. Словарь по кибернетике / Под. ред. В.С. Михалевича; 2-е изд. – К.: УСЭ им. М.П. Бажана, 1989. – 751 с.
15. Англо-русский экономический словарь / Под ред. А.В. Аникина. – М.: Рус. яз., 1981. – 792 с.
16. Перебийніс В.І. Енергетичний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції: [монографія] / В.І. Перебийніс, О.В. Федірець. – Полтава: ПУЕТ, 2012. – 190 с.
17. Перебийніс В.І. Транспортний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції: [монографія] / В.І. Перебийніс, О.М. Помаз. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 187 с.
18. Гришко В.В. Енергозбереження в сільському господарстві (економіка, організація, управління) / В.В. Гришко, В.І. Перебийніс, В.М. Рабштина. – Полтава: ПДАА, 1996. – 280 с.
19. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 390 с.

Аннотация. Обосновано, что обеспечение агропродовольственного сектора ресурсами, необходимыми для производственно-коммерческой деятельности, происходит из-за движения потоков ресурсов (потоковые процессы). Установлено, что необходимый материалопоток ресурсов для агропродовольственного сектора должен обеспечиваться соответствующей интенсивностью материалопотока и скоростью перемещения материалов, требующих использования энергонасыщенных грузовых транспортных средств. Акцентировано внимание на необходимости повысить стабильность ресурсов предприятиям агропродовольственного сектора путем уменьшения неравномерности материальных потоков. Обоснована функция закупок ресурсов, которая связывает потребности агропродовольственного сектора в необходимых ресурсах с финансовыми возможностями производителей агропродовольственной продукции и конъюнктурой ресурсных рынков, характеризуется, в частности, уровнем цен на ресурсы. Доказано, что стратегии закупок ресурсов в агропродовольственном секторе следует дифференцировать с учетом объемов материалопотоков.

Ключевые слова: агропродовольственный сектор экономики, ресурсное обеспечение, ресурсные потоки.

Summary. It is substantiated that the provision of the agro-food sector with the resources necessary for industrial and commercial activity is due to the flow of resources (flow processes). It has been established that the necessary material flow of resources for the agro-food sector should be provided with the appropriate intensity of material flow and the speed of movement of materials that require the use of energy-intensive heavy vehicles. The emphasis is on the need to increase the stability of supply of resources to enterprises in the agro-food sector by reducing the unevenness of material flows. The function of procurement of resources is grounded. It connects the needs of the agro-food sector in the necessary resources with the financial capabilities of producers of agro-food products and the conjuncture of resource markets, characterized, in particular, by the level of resource prices. It is proved that the strategies of procurement of resources in the agro-food sector should be differentiated taking into account the volume of material flows.

Key words: agro-food sector of the economy, resource supply, resource flows.

УДК 658.8:339.137.2

Бондаренко С. М.
кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри менеджменту
Київського національного університету технологій та дизайну

Лісовський М. Ю.
магістр кафедри менеджменту
Київського національного університету технологій та дизайну

Bondarenko S. M.
associate professor,
assistant professor of management
Kyiv National University of Technology and Design

Lisovskiy M. Y.
Master's degree of management department
Kyiv National University of Technology and Design

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ – УНІКАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

COMPETITIVE ADVANTAGES – UNIQUE FEATURES OF THE MODERN ENTERPRISES

Анотація. У статті розглянуто сутність поняття «конкурентні переваги», його зв'язок із поняттями «конкуренція» і «конкурентоспроможність». Проаналізовано особливості формування конкурентних переваг підприємства на прикладі ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА». Узагальнено вимоги, яким мають відповідати конкурентні переваги підприємства. Визначено чинники, від яких залежить можливість їх забезпечення і підвищення. Проведено дослідження конкурентних стратегій, що використовуються сучасними підприємствами.

Ключові слова: конкурентні переваги підприємства, конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, формування конкурентних переваг, конкурентні стратегії, чинники конкурентоспроможності.

Постановка проблеми. З розвитком ринкових відносин важливу роль відіграє конкуренція між суб'єктами господарювання, тому виникає проблема підтримання та забезпечення конкурентних переваг підприємств та організацій. У сьогоднішніх мінливих умовах підприємства мають брати до уваги усі зміни й адекватно на них реагувати. Зокрема, варто докладно і ретельно досліджувати дії конкурентів та використовувати конкурентні переваги у своїй діяльності з метою досягнення більших економічних вигод та залучення більшої кількості споживачів.

Конкурентні переваги мають забезпечувати унікальність і стійкість торговельної марки, а також самих товарів до викликів зовнішнього середовища та задовольняти специфічні потреби клієнта. Особливої уваги потребує процес формування конкурентних переваг підприємств на базі постійного моніторингу кон'юнктури ринку, позицій конкурентів на ньому, урахування зміни смаків та уподобань споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різновиди і технології формування конкурентних переваг досліджено в працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців: Г. Азоєва [1], А. Войчака [2], О. Діденка [3], А. Касич [4-8], Ж.-Ж. Ламбена [9], В. Маркової [10], М. Портера [11], О. Янкового [12] та ін. Автори, як правило, наводять окремі напрями розвитку конкурентних переваг – якості продукції, інтелектуального капіталу, утримання та збільшення визначеного сегменту ринку тощо. Так, загальні теоретичні та методичні підходи до управління конкурентними пере-

вагами підприємства сформовано у працях [1; 2; 3; 5; 6; 12; 13; 14]. На важливості активізації інноваційної діяльності як основи конкурентоспроможності сучасного підприємства наголошено в роботах [4; 15]. Формування конкурентних переваг вимагає застосування стратегічного підходу для визначення перспектив розвитку підприємства, впровадження якого розкрито в роботах [7; 8; 10; 11; 16].

У швидкозмінному та часто несприятливому ринковому середовищі функціонування сучасних підприємств суттєво підвищилась значущість створення конкурентних переваг, забезпечення конкурентоспроможності та реалізації стратегій конкуренції. Незважаючи на широке коло наукових досліджень у цій сфері, вказані проблеми потребують подальшого розгляду та вдосконалення. Зокрема, до цього часу у науковців немає одностайної думки щодо сутності поняття «конкурентні переваги підприємства». Зазначене актуалізує необхідність досліджень, пов'язаних із формуванням конкурентних переваг.

Мета статті – дослідження процесу формування конкурентних переваг підприємства та визначення шляхів їх зміцнення на прикладі ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА», яке спеціалізується на оренді складських приміщень.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність розв'язання таких завдань, як:

– вивчення сутності конкурентних переваг, конкуренції, конкурентоспроможності;

– аналіз процесу формування конкурентних переваг на прикладі ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА»;

– визначення стратегії конкуренції об'єкта дослідження;

– формування шляхів зміцнення конкурентних переваг підприємства.

Виклад основного матеріалу. Кожне підприємство, яке виходить на ринок із власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами, тобто відбувається боротьба фірм на доступних сегментах ринку за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів [13].

Важливою категорією сучасної економічної науки і практики є конкурентні переваги. У найбільш загальному вигляді під конкурентними перевагами розуміють здатність досягати, відповідати найвищим результатам у певній сфері [15, с. 5].

Насамперед варто розглянути, що собою представляють конкурентні переваги підприємства. Аналіз наукової літератури, присвяченої проблемам конкурентоспроможності підприємств, показує, що існує декілька підходів до визначення сутності конкурентних переваг.

Економіст К. Єлін трактує конкурентні переваги як фактор (або сукупність факторів), що прямо або опосередковано визначають стабільний або зростаючий вибір учасників ринку на користь підприємства, який дає змогу отримувати певний економічний ефект, що збільшує чи стабілізує прибуток [17]. Інший дослідник, В. Голік – як концентрований прояв переваги над конкурентами в різних сферах (видах) діяльності підприємства [18]. Професор О. Янковий – як перевищення (якщо фактор є стимулятором) або його низьке значення (якщо чинник є дестимулятором) порівняно з відповідними факторами стратегічних конкурентів [12]. Науковці А. Войчак, Р. Камишніков тлумачать їх як характеристики чи властивості, що забезпечують суб'єктові господарювання перевагу над прямими конкурентами [2].

Найбільш доцільно трактувати конкурентні переваги як наявність ціннісних властивостей чи сукупності факторів, що дають змогу підприємству посідати та утримувати кращі, порівняно з іншими, конкурентні позиції на ринку. Конкурентна перевага – наявність в організації якої-небудь унікальної, ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами. Це ми і можемо спостерігати у наведених вище твердженнях.

Таким чином, конкурентна перевага – це відносна категорія, для якої притаманна здатність адаптації до умов, що змінюються, певний рівень стійкості та ефективності, що в сукупності визначає можливості успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі. Інакше кажучи, це висока компетентність підприємства, що дає йому найкращі можливості залучати і зберігати клієнтів.

Конкурентні переваги як стратегічні фактори успіху повинні відповідати таким вимогам [19]:

1) базуватися на можливостях підприємства, які зобов'язані бути оригінальнішими порівняно з конкурентами і які неможливо або важко скопіювати;

2) забезпечувати унікальність торгової марки порівняно з конкурентами у довгостроковій перспективі;

3) задовольняти специфічні потреби клієнтів.

Доцільно виокремити критерії оцінки та аналізу конкурентних переваг підприємства (рис. 1) [13].

Конкурентні переваги виникають і виявляються тоді і там, де виникає і розвивається конкуренція. Все це означає, що чим більш всеосяжного характеру набуває конкуренція, тим більш значущими для успіху на ринку, в господарській діяльності окремих підприємств, сфер діяльності стають їх конкурентні переваги. Термін «конкуренція» походить від латинського дієслова concurrere, яке у буквальному перекладі означає «збігатися», а у переносному значенні – «суперничати, змагатися». Тобто «конкуренція – це економічне змагання за досягнення кращих результатів у будь-якій діяльності, боротьба товаровиробників за найбільш вигідні умови господарювання, одержання максимального прибутку» [20].

Конкурентоспроможність продукції – ступінь її відповідності на певний момент вимогам цільових груп споживачів або обраного ринку за найважливішими характеристиками (технічними, економічними, екологічними тощо) [12].

Конкурентоспроможність підприємства – це характеристика підприємства, яка є формою прояву ступеня реалізації його потенційної спроможності формувати, утримувати та використовувати стійкі конкурентні переваги [18]. Підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства наведено у роботі [21].

Конкурентоспроможність формується під впливом великої кількості внутрішніх і зовнішніх чинників різноманітного походження, які по-різному впливають на

Рис. 1. Критерії оцінки конкурентних переваг підприємства [13]

неї. Конкурентоутворюючі чинники – це рушійна сила, яка формує і визначає характер конкурентоспроможності. До внутрішніх належать якість та споживчі властивості товарів та послуг, маркетингове та комерційне забезпечення, потенціал і ресурси підприємства та ін. До зовнішніх можна віднести кон'юнктуру світових та вітчизняних ринків, платоспроможний попит населення, державне регулювання економіки, рівень розвитку ринкової інфраструктури, динаміку валютних курсів та ін. Зовнішні чинники ускладнюють процес управління підприємством, підвищують ризики під час формування та розвитку конкурентних переваг цього підприємства.

Використання інновацій сьогодні день є головним інструментом досягнення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг підприємства, що дає йому змогу вивчити ринкові можливості, зробити спробу виділення на фоні аналогічних послуг конкурентів і заповнити конкретні сегменти ринку. З метою підвищення рівня конкурентоспроможності необхідно здійснювати розроблення та просування нових видів послуг підприємства. Тобто утримання певного сегменту ринку чи завоювання нового вимагає значних вкладень в інноваційний розвиток, пошуку малооб'ємних ніш, які через свою незначну потенційну місткість не можуть зацікавити конкурентів.

Важливим і необхідним елементом виникнення і подальшого формування конкурентних переваг є конкурентна стратегія підприємства. Формування конкурентної стратегії підприємства є досить складним творчим процесом, що вимагає високої кваліфікації виконавців. Передусім формування стратегії базується на прогнозуванні умов здійснення інвестиційної діяльності (інвестиційного клімату) і кон'юнктури інвестиційного ринку як загалом, так і в розрізі окремих його сегментів. Складність цього процесу полягає в тому, що у формуванні стратегії відбувається пошук та оцінювання альтернативних варіантів інвестиційних рішень, які найбільш оптимально відповідають іміджу компанії і завданням її розвитку. Певна складність формування стратегії полягає також у тому, що вона не є незмінною, а вимагає періодичного коригування з урахуванням змінних зовнішніх умов і нових можливостей зростання компанії.

Ідентифікація перспектив використання конкурентних переваг залежно від впливу зовнішнього конкурентного середовища визначає успішність діяльності на певному ринку товарів і послуг. Це зумовлюється вибором правильної економічної політики фірми, яка формує конкурентну стратегію. За М. Портером, на основі його трьох базових стратегій (лідерство за витратами, диференціація, фокусування) можна виділити такі види конкурентних стратегій підприємства (рис. 2) [14; 16].

Формування конкурентних переваг підприємств досліджувалося на базі ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА». Займаючись орендою складу, ця компанія пропонує повний спектр послуг у цій сфері. Послуги компанії, подібної до ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА», потрібні багатьом, а виконувати їх здатні не всі – оренда складу вимагає великої кількості знань, а також необхідні ресурси, у тому числі нерухомість. Спеціалізуючись на оренді складу, підприємство досягло значних успіхів і тепер може сміливо називати себе професіоналом у цій сфері.

Обсяг наданих послуг ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» досить великий та різноманітний: від оренди невеликого офісу на складі для організації ведення власного обліку клієнтом або відповідального зберігання особистих речей на складі (наприклад, меблів) до надання комплексних складських послуг.

Колектив ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» для кожного з клієнтів розробляє систему індивідуальних рішень із пошуку відповідного складу (в оренду), короткотермінового оформлення всіх документів та допомоги у розміщенні будь-якого вантажу. Конкурентні переваги складських послуг, які надає ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» у Києві, визначає його вигідне розташування, різний розмір окремих приміщень, добре обладнані під'їзні шляхи, митний термінал поруч та все обладнання, необхідне для розміщення вантажів. Відеоспостереження – це один з обов'язкових аспектів складських послуг, які надає ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» у Києві.

Найбільш вагомою конкурентною перевагою ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» є низька і доступна ціна на оренду офісів і складських приміщень. Ціну послуг оренди, що надаються ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА», можна вважати справедливою. Вона цілком відповідає ринку, але якість, яку отримують її клієнти, робить їх пропозицію особливою. Цілком природно, що клієнт намагається знайти компанію, що надає послуги оренди з мінімальними розцінками. У великих містах, таких як Київ, Харків, Донецьк, Дніпро, Львів, Одеса цінова політика залежить ще й від конкуренції компаній, що надають послуги оренди.

ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» для підвищення конкурентоспроможності розширює свій асортимент за допомогою введення до нього нових видів послуг або заміни старих видів послуг новими. Наприклад, пошук приміщення на відстані (пошук для клієнтів, які перебувають не у Києві. Пошук, підбір, бронювання приміщення, спілкуючись по емейлу, скайпу, вайберу), оперативний пошук приміщення, терміновий переїзд (оперативний підбір варіантів для термінового переїзду або оренди) тощо.

Базовою конкурентною стратегією ПАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» обрало стратегію оптимальних витрат. Метою впровадження цієї стратегії є те, що вона дає можливість покупцям отримати за одні і ті самі гроші більшу цінність за рахунок поєднання високої корисності внаслідок диференціації послуги з низькою ціною. Правильно розроблена стратегія оптимальних витрат дає підприємству можливість збільшити обсяги наданих послуг, завоювати лояльність покупців до своєї торгової марки, мати постійну клієнтську базу. За результатами реалізації обраної стратегії підприємству вдасться забезпечити довгострокові конкурентні переваги та підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Рис. 2. Основні види конкурентних стратегій [16]

Головним пріоритетом ПрАТ «ДЕЗ № 20 ЦА» є орієнтація на потреби клієнтів. З огляду на це можна виокремити такі шляхи зміцнення конкурентних переваг цього підприємства на ринку, як зміна асортименту послуг відповідно до потреб споживачів; використання акційних та бонусних програм для заохочення клієнтів; розроблення і сертифікація системи управління якістю; підтримання цін на послуги на конкурентному рівні; акцент на високу якість та безпечність послуг; постійне поліпшення, модернізація, оновлення процесів надання послуг; ввічливий та навчений персонал; проведення відповідної рекламної кампанії та ін.

Висновки. У сьогоднішньому економічно нестабільному зовнішньому середовищі формування та підтримання конкурентних переваг є дуже важливим процесом. Конкурентна перевага – наявність в організації якої-небудь ексклюзивної цінності, що дає їй переваги перед конкурентами. Конкурентоспроможність будь-якого підприємства залежить від цілої низки внутрішніх і зовнішніх чинників. Важливим елементом формування конкурентних переваг є конкурентна стратегія підприємства. За моделлю М. Портера конкурентні стратегії поділяються на стратегії диференціації, лідерства за витратами та фокусування.

Список використаних джерел:

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: НОВОСТИ, 2000. – 256 с.
2. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50-53.
3. Діденко Є.О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства / Є.О. Діденко, П.І. Жураківський // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – Дніпропетровськ: ДДАЕУ, 2017. – № 5. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590
4. Касич А.О. Інноваційна продукція як основа підвищення конку-рентоспроможності підприємств України / Касич А.О., Назарова М.В., Климович Т.А. // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. – 2008. – № 2. – С. 66-69.
5. Касич А.О. Теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства / Касич А.О., Глущенко Д.О. // Економіка та держава. – 2016. – № 11. – С. 65-70.
6. Касич А.О. Управління конкурентними перевагами підприємства / Касич А.О., Харькова Ж.В. // Економічний аналіз. – 2016. – № 2, Том 25. – С. 79-85.
7. Касич А.О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / А.О. Касич // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290-294.
8. Касич А.О. Theoretical and methodical foundations of sustainable management in modern companies / А. Касич, М. Вохозка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 2. – С. 298-305.
9. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 800 с.
10. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: курс лекций / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2001. – 288 с.
11. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер; пер. с англ. А. Олійник, Р. Спільський. – К.: Основа, 1997. – 392 с.
12. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / О.Г. Янковий. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
13. Безтелесна Л. Механізм забезпечення сталої конкурентоспроможності великого промислового підприємства / Л. Безтелесна, Н. Чигир // Економіст. – 2004. – № 12. – С. 40-44.
14. Бондаренко С.М. Моделювання стратегії конкуренції промислового підприємства / С.М. Бондаренко // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 7. – С. – 400-408.
15. Боровиков Г.Н. Улучшение качества промышленной продукции как средство повышения ее конкурентоспособности: Учеб. пособие / Боровиков Г.Н., Тихонов Р.М. – К., 1996. – 114 с.
16. Саєнко М.Г. «Стратегія підприємства» – Т.: «Економічна думка», 2006. – 390 с.
17. Елин К.В. Модель управления конкурентными преимуществами в концепции контроллинга / К.В. Елин // Вестник ТОГУ. – 2012. – № 1(24). – С. 207-212.
18. Голік В.В. Забезпечення конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств через формування системи стратегічного управління / В.В. Голік // Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту: Міжнар. наук.-практ. конф. 16-17.08.2013: матеріали. – Сімферополь, 2013. – С. 26-29.
19. Гарачук Ю.О. Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю / Ю.О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – С. 60-66.
20. Політична економія: Навч. посібник / К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Бєляєв та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. К.Т. Кривенка. – К.: КНЕУ, 2001. – 508 с.
21. Бондаренко С.М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / С.М. Бондаренко, А.А. Невмержицька // Технології та дизайн. – 2014. – № 2(11). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/td_2014_2_15.pdf

Аннотация. В статье рассмотрена сущность понятия «конкурентные преимущества», его связь с понятиями «конкуренция» и «конкурентоспособность». Проанализированы особенности формирования конкурентных преимуществ предприятия на примере ЧАО «ОЭЗ № 20 ГА». Обобщены требования, которым должны отвечать конкурентные преимущества предприятия. Определены факторы, от которых зависит возможность их обеспечения и повышения. Проведено исследование конкурентных стратегий, которые используются современными предприятиями.

Ключевые слова: конкурентные преимущества предприятия, конкуренция, конкурентоспособность предприятия, формирования конкурентных преимуществ, конкурентные стратегии, факторы конкурентоспособности.

Summary. In the article the essence of the concept «competitive advantage» is described, its connection with «competition» and «competitiveness». The features of the enterprise competitive advantages on the example of Private Joint Stock Company «CARP № 20» are analyzed. The requirements which competitive advantages of the enterprise should meet are generalized. The factors on which the possibility of their providing and increase depends are identified. The competitive strategies of the modern enterprises are researched.

Key words: competitive advantages of the enterprise, competition, competitiveness of the enterprise, formation of competitive advantages, competitions strategies, factors of competitiveness.

УДК 631.164.23

Боровік Л. В.
кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри обліку й аудиту та фінансів,
Херсонський державний аграрний університет

Borovik L. V.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting, Audit and Finance,
Kherson State Agricultural University

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

FEATURES OF INVESTMENT POLICY IN AGRICULTURE

Анотація. Аграрна галузь тривалий час перебуває у кризовому стані, незважаючи на те, що має вагомий інвестиційний потенціал. Інвестиційна політика держави спрямована на більш ефективне використання земельних, економічних, фінансових, інноваційних, виробничих, трудових та інших ресурсів з огляду на особливості розвитку сільського господарства.

Ключові слова: аграрна політика, інвестиції, інвестиційний потенціал, інвестиційний клімат, сільськогосподарська галузь, земельні ресурси.

Постановка проблеми. Актуальність вирішення питання підвищення рівня ефективності використання інвестиційного потенціалу у сільському господарстві є беззаперечною. Відповідно до вирішення цієї проблеми державна аграрна інвестиційна політика повинна враховувати особливості, які суттєво впливають на розвиток сільського господарства. Наявність родючих земель, потужного наукового потенціалу, висококваліфікованого трудового потенціалу та вигідне географічне розташування дають можливість збільшувати обсяги інвестування галузі. Ефективна інвестиційна політика повинна створювати привабливий інвестиційний клімат з метою залучення у галузь додаткового капіталу для більш повного використання ресурсів сільського господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вирішення проблеми підвищення рівня ефективності аграрної інвестиційної політики держави внесли такі науковці, як В.Г. Андрійчук, І.О. Бланк, І.П. Гайдуцький, Н.В. Гладій, О.Б. Гудзь, А.Ф. Гойко, М.Я. Дем'яненко, М.П. Денисенко, М.В. Зубець, А.І. Кісіль, М.І. Малік, Л.О. Мармуль, О.М. Онищенко, А.А. Пересада, П.Т. Саблук, Н.С. Танклевська, В.Т. Федоренко та інші. З огляду на те, що значення сільського господарства у формуванні потужної економіки України надзвичайно велике, є необхідність у подальшому науковому пошуку нових форм і методів впливу інвестиційної політики на ефективність використання інвестиційного потенціалу галузі.

Метою статті є дослідження особливостей інвестиційної політики у сільському господарстві та її впливу на ефективність використання інвестиційного потенціалу галузі.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи умови формування інвестиційної політики, ми повинні мати чітке уявлення про особливості розвитку аграрної галузі, яка характеризується природно-географічними, матеріально-технічними, інфраструктурними, інноваційними, екологічними, економічними, фінансовими та багатьма іншими показниками, які вказують на інвестиційну привабливість сільського господарства.

Основним чинником, який впливає на всі виробничі процеси у галузі, є земельні угіддя. Саме вони та їх якість передусім приваблюють інвесторів до вкладення капіталу у розвиток сільського господарства та змушують державу скеровувати аграрну політику на відновлення родючості земель як джерела забезпечення продовольчої безпеки країни. Являючись основним засобом виробництва, земельні угіддя, які мають вигідне географічне розташування та позитивну якісну й екологічну оцінку, є тим головним чинником, що визначає поведінку інвестора на аграрному інвестиційному ринку.

Земельна площа України становить 57 939,8 тис. га, її сільськогосподарська освоєність сягає 22,2%, а розораність – 87%. За якістю земельні ресурси сільськогосподарського призначення поділяють на найродючіші (Кіровоградська, Донецька області), добрі (землі південних та центральних регіонів, а також Полтавської та Харківської областей), середньородючі (Київська, Луганська, Тернопільська, Рівненська, Львівська, частково Вінницька та Херсонська області), малородючі (Житомирська, Волинська, Ужгородська, Чернівецька області).

З огляду на високу родючість земель південних регіонів, де переважають чорноземні та каштанові ґрунти, а також зважаючи на значний термін безморозного періоду (165-220 діб) та можливість в умовах зрошення отримувати високі врожаї зернових культур, овочів, фруктів, винограду, в 60-80 роках XX століття було побудовано багато зрошувальних систем, найбільшими з яких є Каховська, Північнокримська, Інгулецька, Червонознаменська, Дунай – Дністровська, Приазовська. Введення їх в експлуатацію дало можливість отримувати на зрошуваних землях по 2-3 врожаї сільськогосподарських культур на рік. Використовуючи водний і земельний ресурси та спеціалізуючись на аграрному виробництві та переробці отриманого врожаю, південні регіони України у недалекому минулому не тільки забезпечували місцеве населення високоякісними продуктами харчування, а й виконували роль стабілізаційного фонду, який задовольняв внутрішні потреби держави у сільськогосподарській продукції у посушливі роки. На жаль, невдалі економічні реформи у сільськогосподарській галузі, ліквідація великотоварних господарств, фізичний знос зрошувальної

системи, ігнорування системою обробітку ґрунтів привели до погіршення якості орної землі та значного скорочення зрошуваних земель.

Незважаючи на те, що земля сільськогосподарського призначення ще не стала тим товаром, який можливо купити, продати або здати під заставу у банк, вона має інвестиційну привабливість як для внутрішніх, так і для іноземних інвесторів. Найбільш привабливою є орна чорноземна земля, яка за відносно невеликих виробничих витрат дає високий економічний ефект. Інші, менш цінні за якістю землі також мають комерційний інтерес, але сьогодні недосконалість вітчизняного законодавства, відсутність дієвих механізмів захисту вкладених коштів, високий рівень корупції та низка інших негативних чинників не дають можливості ефективно використовувати цей найцінніший національний природний потенціал.

Крім земельних ресурсів, на привабливість галузі впливає вся виробнича і соціальна інфраструктура. Інвестора цікавить наявність і стан ангарів, майстерень, складських приміщень, технічних засобів, якість робочої сили, рівень підготовки спеціалістів та їх здатність виконувати поставленні завдання. Стан лікарень, дитсадків, шкіл, шляхів сполучення інвестора цікавить не менше, ніж виробнича інфраструктура, оскільки розвиненість соціальної сфери прямо впливає на економічний і фінансовий результат. Відсталість технологій та застарілі основні засоби виробництва, а також низький рівень освіти та професійної підготовки роблять галузь малопривабливою для інвестора. Покращення якості життя сільського населення – це шлях до пожвавлення його ділової активності, зростання рівня підприємства на селі. Тільки за таких умов можливо здійснити заходи, спрямовані на залучення інвестицій у розвиток сільського господарства та активізацію інвестиційних процесів.

З огляду на особливості господарської діяльності аграрного сектору економіки та його реальний стан держава формує аграрну інвестиційну політику, спрямовану на ефективне використання ресурсного потенціалу галузі. Прийняття відповідних Законів України, Указів Президента України, Постанов Кабінету Міністрів України, рішень обласних і районних Рад народних депутатів сприяють переходу галузі до ринкових методів управління господарством. Політичні рішення органів державної влади стимулюють розвиток ринку інвестиційних ресурсів, створюють привабливі умови для їх залучення в економіку сільського господарства та вирішення соціальних і екологічних проблем.

Формуючи інвестиційний ринок, держава прагне створити максимально сприятливий інвестиційний клімат у галузі та привабливі умови для залучення інвестиційних ресурсів до виконання тих чи інших проектів і програм економічного і соціального розвитку аграрного сектору.

Серед учених-економістів немає єдиної думки щодо визначення категорій «інвестиційний клімат» та «інвестиційна привабливість». Є.А. Шара, А.В. Пересада [1; 2] та інші визначають інвестиційний клімат як сукупність економічних, природних, екологічних, політичних, правових та інших чинників, що характеризують доцільність інвестиційних вкладень у той чи інший об'єкт. На нашу думку, інвестиційний клімат характеризується балансом інтересів між державою, інвестором, отримувачем інвестицій та суспільством. Він повинен ґрунтуватися на прозорих умовах використання інвестицій, отримання прибутку та його розподілу і характеризуватися довготривалою стабільністю, а також бути спрямованим на збільшення ресурсів підприємства або галузі (матеріально-технічних, інноваційно-технологічних, фінансових, кадрових) та сприяти економічному розвитку аграрного підприємства (галузі), підвищенню якості життя сільського населення, вирішенню галузевих проблем, пов'язаних із покращенням родючості землі, впровадженням енергозберігаючих інноваційних технологій, підготовкою фахових спеціалістів тощо.

Особливості розвитку сільського господарства змушують державу здійснювати регуляційні методи управління земельними і водними ресурсами. Поєднання ринкових і неринкових методів управління аграрною галуззю дає їй змогу бути одночасно як замовником, так і інвестором виробництва окремих видів продукції. Необхідність виробництва збиткової для сільгоспвиробників продукції (м'яса, молока та ін.) змушує державу фінансовими методами підтримувати виробництво цієї продукції. Крім значних фінансових вкладень у розвиток тваринництва, держава інвестує значні кошти у підвищення родючості ґрунтів, відновлення і будівництво дренажних систем у деяких центральних та західних регіонах.

Останніми роками держава все більше уваги приділяє відновленню зрошувальних систем на півдні України, які гарантують збільшення обсягів виробництва продукції тваринного походження, а також фруктів, винограду й овочів, що стало актуальною проблемою для країни після анексії Криму Російською Федерацією. Для того, щоб глибше зрозуміти роль державної аграрної політики та її складника – інвестиційної політики – у відновленні зрошувальної системи на півдні України як особливого інфраструктурного об'єкта, який має виняткове значення у формуванні продовольчої безпеки країни, нам треба проаналізувати стан зрошувальних земель та їх можливість задовольняти потреби населення у продуктах харчування. Як уже зазначалося раніше, південна частина України характеризується невеликою кількістю опадів (300-350 мм), посушливим кліматом та переважно каштановими і чорноземними ґрунтами, які мають властивість значно збільшувати свою родючість під дією зрошення.

Велике значення зрошувані землі мають для розвитку тваринництва. Отримуючи по декілька врожаїв кормових культур на рік, фермерські господарства знижують їх собівартість, збільшують прибутковість свого бізнесу. Так, у Херсонській області, яка має понад 425 тисяч гектарів зрошуваних земель, рівень рентабельності тваринництва досяг у 2014 році 31,2%, тоді як цей показник у середньому по Україні становив 13,4%. А середній показник рентабельності всієї продукції сільськогосподарського виробництва Запорізької, Миколаївської, Одеської та Херсонської областей у цьому ж році досяг 27,5%, що перевищує майже на 2,0% цей показник по країні [3]. Наведені приклади вказують на те, що аграрна політика має вивірені цілі, спрямованні на відновлення зрошувальних систем як основи для подальшого економічного зростання сільськогосподарської галузі та більш повного задоволення потреб населення у якісних продуктах харчування.

До особливостей інвестиційної державної аграрної політики ми також відносимо її вплив на розвиток процесів кооперації та інтеграції на селі, які є потужним фактором залучення інвестицій у сільськогосподарське виробництво. Досліджуючи це питання ми насамперед звертаємо увагу на те, що до товаровиробників аграрної продукції належать не тільки сільськогосподарські підприємства, а і фермерські й особисті селянські господарства. Останні, здійснюючи господарську діяльність без юридичного оформлення, вирощують майже 2/3 тієї продукції, що виробляється в аграрному секторі, сприяють розвитку інших галузей економіки, таких як переробна, харчова, туризм, а також впливають на політич-

ний і психологічний настрій у суспільстві [4; 5]. Згідно з економічною класифікацією Держкомстату в Україні до господарств населення належать домогосподарства, що здійснюють сільськогосподарську діяльність як із метою самозабезпечення продуктами харчування так і з метою виробництва товарної сільськогосподарської продукції.

Зміна політичного курсу України та активна розбудова ринкових відносин не могли не позначитися на розвитку особистих селянських господарств. Розпаювання земель, які стали власністю селян, привело до продуктивнішого їх використання, а так звані «підсобні селянські господарства населення», а нині особисті селянські господарства, набули іншого економічного та соціального змісту. Являючись важливим складником аграрного сектору економіки, особисті селянські господарства, здійснюючи виробництво і реалізацію власної продукції і сировини, активно поповнюють продовольчий фонд країни.

Характерною особливістю особистих селянських господарств є їх стрімкий розвиток, перехід від натурального господарювання до товарного. Подальша інтенсифікація розвитку особистих селянських господарств потребує удосконалення роботи районних дорадчих служб у напрямі надання консультативних послуг щодо більш ефективного використання ресурсного потенціалу, застосування інноваційних технологій, здійснення кооперації на селі, співпраці з інтегрованими аграрно-переробними виробничими формуваннями тощо. І хоча прийняття Закону України «Про особисте селянське господарство» від 15 травня 2003 р. № 742-IV відіграло значну роль у реформуванні сільського господарства, давши право місцевим підприємцям значно розширити свої земельні володіння за рахунок оренди земельних паїв своїх односельців та залучати найману робочу силу, він потребує удосконалень та змін окремих положень відповідно до вимог сьогодення з метою формування повноцінного аграрного ринку.

Не зменшуючи ролі особистих селянських господарств у формуванні продовольчої безпеки країни, державна аграрна політика спрямована на розвиток кооперації на селі, співпрацю селян із великими аграрно-переробно-збутовими інтегрованими структурами, які мають високий рівень капіталізації, здатні використовувати інноваційні технології, отримувати наукоємну продукцію з високою доданою вартістю (елітне насіння різних сільськогосподарських культур, племінну худобу, органічні продукти харчування) та бути конкурентоспроможними на внутрішньому і зовнішньому ринках. Одними з основних мотивацій формування аграрно-переробно-збутових об'єднань є забезпечення гарантованого постачання сировини та збуту продукції, зміцнення ресурсного потенціалу товаровиробників, підвищення рівня завантаженості переробних потужностей, зниження витрат на виробництво товару, підвищення економічної ефективності підприємств – учасників інтегрованих формувань [6]. Аграрно-промислова інтеграція – це одна з форм інтенсифікації розвитку агропромислового комплексу, покращення його інвестиційної привабливості, поглиблення виробничих зв'язків та економіко-фінансових відносин між окремими учасниками об'єднання. Як економічна категорія вона відображає систему економічних інтересів, що проявляються через відносини трудових колективів, аграрно-промислових формувань із державою, неінтегрованими підприємствами, населенням, а також у межах самого об'єднання. При цьому інтереси держави насамперед визначаються забезпеченням сільськогосподарськими продуктами харчування населення країни, послабленням соціальної напруги, отриманням податків, участю інтегрованих формувань у реалізації регіональних та національних інноваційно-інвестиційних проектів і програм. Роль державних органів влади у створенні інтегрованих об'єднань є домінуючою, оскільки тільки держава може протистояти проявам монополізму у цих об'єднаннях, бути незалежним координатором у вирішенні питань, пов'язаних із конкуренцією та економічними інтересами всіх учасників угрупувань, контролювати виконання соціальних зобов'язань, створювати умови для залучення іноземного капіталу. Водночас ми погоджуємося з тими дослідниками, які попереджають про те, що якщо ініціатором створення інтегрованих об'єднань будуть тільки державні органи влади, то такі новоутворенні виробничо-збутові структури не матимуть перспектив подальшого розвитку. І навпаки, якщо держава дистанціюватиметься від цих процесів, то наслідки будуть аналогічними. Тому, виступаючи ініціаторами створення інтегрованих об'єднань, державні органи влади повинні тісно взаємодіяти з іншими учасниками цього процесу, управляючи ним шляхом створення відповідних умов. Розробляючи законодавчі та нормативні документи, які визначають базові умови створення об'єднань товаровиробників, надаючи інформаційну допомогу селянам та залучаючи громадські організації і науковців до цього процесу, держава стимулює входження товаровиробників у ці формування. Крім цього, держава як суспільно-політична організація може укладати пільгові довгострокові угоди з інтегрованими структурами про взаємні зобов'язання: сплату податків та інших платежів учасниками об'єднань, з одного боку, та виконання фіскальних і інших зобов'язань – з іншого.

Однією з особливостей інвестиційної політики держави в аграрній сфері є те, що, на відміну від інших галузей, у сільському господарстві майже неможливо копіювати наукові досягнення інших країн. Практичний досвід свідчить, що використання у сільському господарстві зарубіжної техніки не завжди приносить бажані результати. Це пов'язано насамперед із відмінностями у кліматичних умовах та особливостях орних ґрунтів, які впливають на якість використання технічних засобів. Зарубіжна техніка, як правило, в умовах України працює менш ефективно. Наприклад, порівняльні характеристики сучасного вітчизняного зернозбирального комбайну «СКІФ» указують на його переваги перед аналогічною зарубіжною технікою. Крім того, вона не завжди вписується у вітчизняні технології вирощування тієї чи іншої сільськогосподарської культури. Адже впровадження сучасних інноваційних технологій інтенсивного типу передбачає диференційний підхід до вирощування кожної із сільськогосподарських культур у різних ґрунтово-кліматичних зонах, використання високоврожайних районованих сортів і гібридів, своєчасне і якісне виконання всіх, без винятку, технологічних операцій, не завдаючи екологічної шкоди довкіллю. При цьому треба враховувати механічну дію агротехніки на ґрунт; застосування отрутохімікатів та гербіцидів; розширення площ орних земель та неконтрольованого випасу худоби; випалювання соломи і старої сухої трави тощо. Таке завдання можливо виконати завдяки науковому супроводженню упровадження інноваційних технологій з боку науковців та висококваліфікованих спеціалістів.

Формуючи аграрну інноваційно-інвестиційну політику, держава враховує ці особливості. Інвестуючи кошти у розроблення інноваційних технологій, вона підтримує не тільки аграрну науку, а й галузь загалом, вирішуючи питання інноваційного оновлення виробничої бази та впровадження нових методів управління ресурсним потенціалом галузі.

Висновки. Головною особливістю інвестиційної політики у сільському господарстві є створення умов для ефективного використання природних ресурсів. Соціальні та екологічні чинники суттєво впливають на інвестиційну привабливість та інвестиційні ризики, які визначають інвестиційну конкурентоспроможність галузі на інвестиційному ринку.

Інвестиційна привабливість галузі є складником її інвестиційного клімату, на який впливають такі чинники, як політичний, природний, виробничий, фінансово-економічний, трудовий, інноваційний. Від привабливості інвестиційного клімату залежить сумарний потік інвестицій у розвиток сільського господарства та повнота використання інвестиційного потенціалу галузі.

Список використаних джерел:

1. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А. Пересада. К.: Лібра, 2002. – 472 с.
2. Шарма Є.А. Концепція комплексного моделювання розвитку інвестиційного клімату Центрального регіону України / Є.А. Шарма // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент. – 2009. – № 2(6). – С. 166-172.
3. Сільське господарство України. Статистичний Збірник, Київ. – 2015 р.
4. Закон України «Про особисті селянські господарства» // Відомості Верховної Ради. – 2003. – № 16. – С. 6-13.
5. Особисті підсобні господарства України – аналіз витрат та ефективності виробництва видів сільськогосподарської продукції / За ред. О.М. Шпичака. – К.: ІАЕ, 2001. – 236 с.
6. Білоусова С.В. Теоретико-методологічні основи розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері України: [Монографія] / С.В. Білоусова. – Херсон, «Наддніпряночка». – 2009. – 289 с.

Аннотация. Аграрная отрасль долгое время находится в кризисном состоянии, несмотря на то, что имеет весомый инвестиционный потенциал. Инвестиционная политика государства направлена на более эффективное использование земельных, экономических, финансовых, инновационных, производственных, трудовых и других ресурсов, учитывая при этом особенности развития сельского хозяйства.

Ключевые слова: аграрная политика, инвестиции, инвестиционный потенциал, инвестиционный климат, сельскохозяйственная отрасль, земельные ресурсы.

Summary. The agrarian industry has been in a crisis for a long time, despite the fact that it has a significant investment potential. The investment policy of the state focuses its efforts on more efficient use of land, economic, financial, innovative, industrial, labor and other resources, taking into account, at the same time, the specifics of agricultural development.

Key words: agrarian policy, investments, investment potential, investment climate, agricultural sector, land resources.

УДК 334.758:336.671.1

Васюк Є. А.
аспірант кафедри міжнародних фінансів
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Vasiuk Y. A.
PhD student of International Finance Department
Kyiv National Economic University named after V. Hetman

ТРАНСФЕРТНА ПОЛІТИКА ТНК: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА

TRANSFER POLICY OF TNCS: THE ESSENCE AND STRUCTURE

Анотація. У статті розкрито основні відмінності між реальною економічною діяльністю та трансфертною політикою. Роз'яснено причини притаманності трансфертної політики винятково транснаціональним корпораціям. Охарактеризовано підходи до вимірювання джерел генерування прибутку та місця їх виникнення в межах транснаціональних структур. Розглянуто сутність і способи виміру трансфертних операцій ТНК. Систематизовано шляхи переміщення прибутку та побудовано структуру трансфертної політики ТНК. Визначено основні індикатори виміру потенційного залучення транснаціональних корпорацій до трансфертних операцій.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, реальна економічна діяльність, податкове планування, трансфертні операції, трансфертна політика ТНК.

Постановка проблеми. Діяльність транснаціональних корпорацій вражає своїми масштабами. Нові території забезпечують розширення ринків збуту та зменшення собівартості виробленої продукції за рахунок використання дешевої робочої сили. Країни, що розвиваються, а також пострадянські країни намагаються створювати най-

більш привабливі умови для залучення іноземних інвестицій. Переваги глобалізаційних процесів підтверджені в наукових дослідженнях, а недоліки тривалий час залишалися поза увагою. Питання переміщення прибутків корпорацій до країн із низькою ставкою оподаткування та очевидного розмежування між юрисдикціями декларування прибутків і територіями, де реальна економічна діяльність згенерувала ці прибутки, піднімалися в економічній літературі тільки з початку 1990-х рр. Після світової фінансової кризи 2008 року уряди країн посилили державне регулювання у всіх сферах економічної діяльності. Трансфертна політика ТНК не залишилася осторонь цього процесу. Однак для виміру масштабів трансфертних операцій потрібно чітко визначити, що належить саме до трансфертних операцій, якою є структура трансфертної політики ТНК та якими є індикатори її виміру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі широко представлено аналіз окремих аспектів трансфертної політики. Зокрема, Д. Дхармапала проаналізував емпіричні дослідження щодо розмивання бази генерування доходів і переміщення прибутків та встановив, що науковцями для оцінювання міри мінімізації рівня податкового навантаження використовується напівеластичність (англ., semi-elasticity) переміщення прибутків [4]. У роботі цього автора визначено шляхи переміщення прибутків через купівлю-продаж нематеріальних активів і надання довгострокових кредитів дочірнім компаніям групи. До недоліків такого підходу можна віднести відсутність порівняння трансфертних операцій з реальною економічною діяльністю та визначення схожих і відмінних характеристик.

Н. Рідел проаналізував наявну статистичну базу для кількісної оцінки трансфертних операцій, визначив і систематизував методи для їх аналізу [14]. Однак у роботі відсутній аналіз переваг і недоліків наявної інформації, а також не визначено індикатори для кожного конкретного методу переміщення прибутків та активів міжнародних корпорацій.

Г. Груберт проаналізував методи переміщення прибутків шляхом розташування нематеріальних активів на територіях з низькими ставками податку на прибуток, а також втрати державного бюджету США від недоотримання податкових надходжень [9]. Оскільки для аналізу була обрана тільки одна країна, результати дослідження не є релевантними при оцінюванні міжнародного середовища здійснення трансфертних операцій.

М. Дішінгер визначив місце материнської компанії в стратегічному розміщенні боргу між дочірніми компаніями транснаціональної корпорації, але не проаналізував трансфертні операції між самими відділеннями групи [5].

Метою статті є структурування трансфертної політики ТНК та розмежування її з реальною економічною діяльністю. Поставлено завдання розкрити відмінності між реальною економічною діяльністю та трансфертною політикою, охарактеризувати підходи до вимірювання джерел генерування прибутку та місця їх виникнення, систематизувати шляхи переміщення прибутку та побудувати структуру трансфертної політики, визначити основні індикатори виміру потенційного залучення компанії до трансфертних операцій.

Виклад основного матеріалу. Трансфертну політику пов'язують із міжнародним ухиленням від сплати податків. Інакше кажучи, розмір податкового навантаження мінімізується за рахунок експлуатації різниць у системах оподаткування, однак не обмежується останньою.

У сучасних умовах виділяють два методи податкового планування: 1) внутрішнє податкове планування та 2) податкове планування, яке виходить за межі національних кордонів [12, с. 317]. У межах однієї юрисдикції податкові ризики та середовище є приблизно однаковими, тому суб'єкти господарювання у своїй діяльності орієнтуються на політичні та економічні умови. На міжнародній арені інша ситуація: виникають можливості перебудови самої структури бізнесу задля отримання податкових переваг у різних країнах світу. Національні фіскальні служби встановлюють власні «правила гри» для транснаціональних корпорацій, які є результатом багаторічної боротьби за залучення прямих іноземних інвестицій. Однак сприятливі режими оподаткування привели до формування цілих схем із переміщення прибутків між дочірніми компаніями, розташованими в різних країнах. У результаті прибутки визнаються на територіях, які не мають ніякого зв'язку з місцем їх реального отримання, і ми маємо справу з трансфертною політикою. Невеликі підприємства, які ведуть бізнес в межах однієї країни, використовують схеми податкового планування на місцевому рівні і не можуть експлуатувати різниці в податкових ставках чи законодавстві.

Визначити трансфертну політику як характерний складник транснаціональних корпорацій можна переліком таких особливостей [2, с. 24; 5, с. 262-269]:

– по-перше, наявність структурних підрозділів у різних юрисдикціях дає можливість обирати найкращі варіанти та методи переміщення активів, ризиків та результатів діяльності;

– по-друге, особливості національного законодавства дають змогу встановлювати індивідуальні договірні відносини та пільгові режими оподаткування;

– по-третє, за міжнародними стандартами корпорації готують консолідовану бухгалтерську звітність, тому загалом у групі сплачені відсотки за наданими кредитами (звичайно, левову часту становлять кредити пов'язаним особам) зменшують податкове навантаження.

Незмінним фактом залишається те, що трансфертна політика попри свій негативний вплив (недоотримання податкових надходжень державними бюджетами) залишається легітимним шляхом мінімізації податкового навантаження, оскільки жодні законодавчі норми не порушуються.

Під реальною економічною діяльністю будемо розуміти сукупність дій із виробництва, розподілу та споживання товарів і послуг у всіх сферах господарювання, основними показниками вимірювання якої є приріст ВВП на душу, приріст капіталу на душу та ріст продуктивності праці [13, с. 17]. Якщо менеджмент компанії веде політику звичайної господарської діяльності, результати останньої будуть відображатися у макроекономічних показниках країни базування того чи іншого відділення. В іншому разі трансфертні операції розмивають місця генерування прибутків.

Стабільне політичне та економічне середовище, висока купівельна спроможність населення, розвинена інфраструктура, дієве законодавство у сфері захисту прав виробників та офіційних представництв у поєднанні з низькими ставками оподаткування спонукають компанії до розширення територій економічної діяльності та стратегічного розміщення активів. Самі по собі ці процеси не є трансфертною політикою (табл. 1).

Дочірні компанії транснаціональних корпорацій на місцевому рівні займаються господарською діяльністю, яка генерує прибуток. Якщо прибуток визнаний в межах юрисдикції його створення, то маємо справу з реальною економічною діяльністю. Переміщення виробничих активів, дослідних лабораторій, обслуговуючого персоналу тощо в країни з кращими умовами ведення бізнесу та співпраці з фіскальними службами, у тому числі нижчими ставками податку на прибуток, є результатом ефек-

тивної роботи фінансового менеджменту з податкового планування. Штучно створені компанії в різних країнах та схеми з багаторазового переміщення прибутку в межах групи є результатом трансфертної політики.

Під час розділення реальної економічної діяльності та трансфертної політики ТНК виникають певні труднощі. Передусім до трансфертної політики відносять не за видом конкретної діяльності, а за мірою (ступенем) залученості до цього виду діяльності (наприклад, величина прямих іноземних інвестицій, пільгові режими оподаткування). До того ж реальна економічна діяльність частково є і результатом податкового планування ТНК (рис. 1.1).

Прямі іноземні інвестиції є результатом міжнародної діяльності транснаціональних корпорацій і позитивним явищем для економіки приймаючої країни. Надмірне нагромадження капіталу у країнах, економіки яких несумірні з розміром отриманих інвестицій, створює конфлікту ситуацію на фоні перекачування коштів до країн, які є більш вигідними у плані сплати податків на прибутки, а країни-донори, відповідно, не наповнюють як слід казну. Законодавство жодної з держав не порушено, але об'єктивних причин для такої діяльності немає, тому маємо справу з трансфертною політикою. Подібну ситуацію можна спостерігати з переміщенням нематеріальних активів.

Гібридні інструменти є результатом неточно сформульованих положень у нормативно-правових законодавчих актах, які дають змогу формувати систему штучних договірних відносин, що не мають ніякої матеріальної цінності. Як таких видів гібридних інструментів не існує, оскільки вони мають індивідуальний характер (у кожної країни є своя система регулювання діяльності транснаціональних корпорацій та їх відділень).

Розмежування трансфертних операцій та реальної економічної діяльності ускладнюється тим, що аналіз рентабельності, місця розташування основних фондів та показників інвестиційної діяльності не завжди дає достовірні результати. Різниця в підходах виникає за спроби відповісти на два ключові запитання: 1) Яка діяльність генерує прибуток?; 2) Де географічно розташована діяльність, яка генерує прибуток?

Є декілька підходів до вивчення діяльності, яка є джерелом прибутку. Одні стверджують, що розміщення факторів виробництва (праця та капітал) визначає локацію виникнення прибутку [10, с. 5]. Інші наполягають на тому, що місце генерування прибутку безпосередньо пов'язано з місцем продажу товару чи послуги [1, с. 82]. Існує також думка, що праця, капітал та продажі сукупно впливають на створення прибутку [11, с. 177]. Однак це не є головною проблемою. Спосіб вимірювання розміру

Рис. 1.1. Взаємозв'язок трансфертної політики ТНК та реальної економічної діяльності

Джерело: розроблено автором на основі [3-4; 6; 8-9]

Таблиця 1

Реальна економічна діяльність та трансфертна політика: відмінності

Реальна економічна діяльність	Трансфертна політика
невідповідність місцевому фіскальному законодавству та ухилення від сплати податків тільки на рівні однієї країни	податкове планування зі стратегічного переміщення прибутків між підзвітними компаніями, розташованими в різних країнах
використання міжнародними корпораціями різниць між ставками корпоративного податку	штучно створені договірні відносини з метою експлуатації різниць між ставками корпоративного податку
податкова конкуренція (наприклад, підтримання ініціативи «зелених інвестицій» для будівництва фабрики чи заводу)	надмірна капіталізації груп підзвітних компаній, що знаходяться в юрисдикціях із низьким рівнем податку
ефективне переміщення економічних функцій, активів та ризиків до іншої країни з метою отримання вигоди від меншої ставки податку на прибуток / використання податкових кредитів або сприятливих умов оподаткування нематеріальних активів	трансфер або придбання нематеріальних активів за ціною, меншою за ринкову / нагромадження кредитів у компаніях з високим рівнем податку на прибуток / укладення договорів задля переміщення ризику на території з низьким податком для страхування транзакцій, імовірність виникнення яких між непов'язаними особами незначна

Джерело: складено автором на основі [2; 6; 8]

і характеру капіталу, праці та продажів є найбільш дискусійним питанням.

Нематеріальні активи є незамінним та досить мобільним елементом сучасної інформаційної економіки. Низка досліджень показали, що інвестиції в нематеріальні активи займають левову частку у структурі сукупних витрат компаній та впливають на продуктивність праці. За період 1995-2009 рр. інвестиції в нематеріальні активи становили 118% від вартості інвестицій в матеріальні в США та 62% – в ЄС-15 [7, с. 364]. Однак під час аналізу сукупних активів економісти зазвичай не включають нематеріальні активи. Інвестиції в науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки (НДДКР, R&D) у фінансовій звітності майже завжди визнаються як «витрати» в рік інвестування[1], тому й не включаються до вартості сукупних активів. Виняток становлять певні нематеріальні активи, придбані компанією.

Щодо інших факторів, то величину продажів зазвичай рахують у країнах, де продаж документально оформлений (комерційний кредит), а не де знаходиться кінцевий споживач. Кількість робочої сили визначають числом найманих робітників, однак останніх не диференціюють за частковою та повною зайнятістю, або продуктивністю праці, або створеною додатковою вартістю на людино-годину. Кількість штатних працівників транснаціональних корпорацій можна визначити ще за величиною компенсаційних виплат, однак ротація кадрів зміщує результати досліджень.

Досягнути спільної позиції з приводу місяця генерування прибутку також дуже складно. Методологія більшості наукових публікацій бере за основу емпіричний аналіз [14, с. 81]. Наприклад, можна аналізувати показники рентабельності (відношення прибутку до суми продажів, або до величини активів, або до кількості найманих працівників) для перевірки фінансової звітності на предмет переміщення прибутку між дочірніми компаніями (експлуатація різниці ставок оподаткування).

Кожен із підходів є економічно обґрунтованим, тому різниця між реальною економічною діяльністю та трансфертною політикою ТНК має теоретичне підґрунтя. Уся проблема полягає у обмеженому доступі до даних для аналізу. Для комплексної оцінки потрібно розглянути кожну операцію з переміщення активів та персоналу окремо, на що не вистачить і сотні років. В умовах недосконалого розподілу наявного масиву інформації залишається використовувати фінансову звітність корпорацій (є у публічному доступі) та статистику з прямих іноземних інвестицій і виплат по них, представлену на офіційних сайтах міжнародних організацій (ОЕСР, МВФ, Світового банку, СОТ тощо).

За використання регресійного аналізу можна спробувати розділити прибуток, отриманий від трансфертних операцій та від реальної економічної діяльності. Водночас кількісні та інформаційні дані для побудови повноцінної виробничої функції або мають приблизний характер, або взагалі відсутні. Тому сила регресійного аналізу для виділення трансфертних операцій та оцінки мір податкового переміщення прибутку буде слабкою. На жаль, сьогодні це єдиний перевірений спосіб, тому доцільність його використання є питанням для подальшого дослідження.

[1] За Міжнародними стандартами фінансової звітності (IFRS), витрати на наукові дослідження (research costs) списуються на витрати в рік їх понесення, а дослідно-конструкторські (development costs) можуть бути капіталізованими, якщо компанія підтвердить можливість реалізації (завершення процесу створення) активу та його використання чи перепродажу. За системою загальноприйнятних принципів бухгалтерського обліку (U.S. GAAP), яка використовується в США, всі витрати на наукові та дослідно-конструкторські роботи списуються на витрати в рік їх понесення.

Доступ до статистичної інформації, яка кількісно описує трансфертні операції, є досить обмеженим, тому індикатори мають більше ілюстративний, ніж остаточний характер. У межах цієї статті автором передбачено визначення основних індикаторів трансфертної політики, переваг і недоліків їх використання.

Індикатори трансфертної політики транснаціональної корпорації можна розділити на такі п'ять категорій [15, с. 46], як:

1) втрата зв'язку між фінансовою та реальною економічною діяльністю (високий рівень ППІ до ВВП);

2) різниця в рівнях прибутків компаній, які входять до групи (невідповідність задекларованого рівня прибутку та ефективної ставки податку);

3) відмінність у розмірі ефективної ставки податку транснаціональних корпорацій та інших підприємств;

4) переміщення прибутків за допомогою нематеріальних активів (високий рівень роялті до ВВП);

5) переміщення прибутків за допомогою сплачених відсотків за кредити (значний рівень відсоткових витрат порівняно з розміром доходів у дочірніх компаніях, які знаходяться у країнах із високим рівнем податку).

Ці індикатори розраховуються на основі результатів міжнародної інвестиційної діяльності загалом за рік та ставки податку на прибуток, яку реально сплачують корпорації (ця інформація оновлюється порівняно швидко). За допомогою наукових досліджень їх можна удосконалювати і порівнювати між собою. Не варто забувати про низку обмежень, які мають ці індикатори. Неподаткові економічні фактори (наприклад, зміна економічного циклу або збільшення розміру прямих іноземних інвестицій за рахунок покращення інвестиційного клімату у приймаючій країні) зміщують результати оцінки. Незмінним залишається лімітований доступ до інформації та якість уже наявної інформації.

Висновки. Міжнародне податкове планування відкриває перед транснаціональними корпораціями можливості створювати структурні підрозділи на територіях, що відрізняються за нормами національного законодавства та за умовами ведення бізнесу. Головна мета полягає у мінімізації податкового навантаження. Індивідуальні суб'єкти господарювання не мають можливості користуватися вигодами від глобалізації, тому трансфертна політика притаманна тільки для великих міжнародних корпорацій.

Трансфертна політика ТНК відрізняється від реальної економічної діяльності не диференціацією бізнесових процесів, а характером здійснення останніх. Прибуток повинен визнаватися на територіях, де виробничі потужності допомогли згенерувати його. У разі, наприклад, штучних договірних відносин або купівлі-продажу нематеріальних активів за неринковими цінами вимальовується картина стратегічного переміщення активів або прибутків між підзвітними компаніями, розташованими в різних країнах. І саме тут реальна економічна діяльність перетворюється на трансфертну політику.

Трансфертну політику можна розділити на стратегічне переміщення прибутку та використання відмінностей між податковими системами різних країн. Не варто забувати про те, що всі операції здійснюються без порушень правил і норм міжнародного законодавства.

Обмежений доступ до статистичної інформації або взагалі відсутність якісної бази даних створює перешкоди для кількісної оцінки діяльності корпорацій на предмет залучення до трансферних операцій, тому це питання потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Altshuler Rosanne and Harry Grubert. Repatriation Taxes, Repatriation Strategies and Multinational Financial Policy // Journal of Public Economics. – 2003. – № 87. – P. 73-107.
2. Clausing K. Multinational firm tax avoidance and tax policy // National Tax Journal. – 2009. – № 4, Vol. 62.
3. Collins J.H. and Shackelford D. Global Organizations and Taxes: An Analysis of the Dividend, Interest, Royalty, and Management Fee Payments between U.S. Multinationals' Foreign Affiliates // Journal of Accounting and Economics. – 1997. – № 24(2). – P. 151-173.
4. Dharmapala D. What Do We Know About Base Erosion and Profit Shifting? A Review of the Empirical Literature // CESifo Working Paper. – 2014. – № 4612.
5. Dischinger M., Knoll B. and Riedel N. The Role of Headquarters in Multinational Profit Shifting Strategies // International Tax and Public Finance. – 2014. – № 21. – P. 248-271.
6. Dischinger Matthias and Riedel Nadine. Corporate Taxes, Profit Shifting and the Location of Intangibles within Multinational Firms // Munich Economics Discussion Paper. – 2008. – University of Munich.
7. Freya Smith. Asset protection in multinational enterprises – where to now?: Implications for asset protection planning in multinational enterprises from the OECD's work on BEPS» // The Multinational Business Review. – 2014. – Vol. 22 Issue: 4 – P. 351-371. DOI: https://doi.org/10.1108/MBR-04-2014-0014
8. Grubert H. Intangible Income, Intercompany Transactions, Income Shifting, and the Choice of Location // National Tax Journal. – 2003. – № 56(1). – P. 221-242.
9. Grubert H. Foreign Taxes and the Growing Share of U.S. Multinational Company Income Abroad: Profits, Not Sales, are Being Globalized // National Tax Journal. – 2012. – № 65(2). – P. 247-282.
10. Huizinga H. and Laeven L. International Profit Shifting Within Multinationals: A Multi-Country Perspective // Journal of Public Economics. – 2008. – № 4.
11. Karkinsky T. and Riedel N. Corporate Taxation and the Location of Patents within Multinational Firms // Journal of International Economics. – 2012. – № 88(1). – P. 176-185.
12. Lipatova I.V. International Tax Planning Methodology and Best Practices of Russian Economy Deoffshorization // Asian Social. – 2015. – DOI: http://dx.doi.org/10.5539/ass.v11n19p316
13. OECD. Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting, OECD Publishing, Paris. – 2013. – DOI: http://dx.doi.org/10.1787/9789264202719-en
14. Riedel N. Quantifying International Tax Avoidance: A Review of the Academic Literature // Paper Prepared for the European Tax Policy Forum. – 2014.
15. OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project. Measuring and Monitoring BEPS. – 2015. – DOI: https://www.scribd.com/document/326778016/OECD-ACTIUNE-11

Аннотация. В статье раскрыты основные различия между реальной экономической деятельностью и трансфертной политикой. Обосновано, почему трансфертная политика присуща только международным корпорациям. Охарактеризованы подходы к измерению источников генерирования прибыли и места их возникновения в рамках транснациональных структур. Рассмотрены сущность и способы измерения трансфертных операций. Систематизированы пути перемещения прибыли и построена структура трансфертной политики. Определены основные индикаторы измерения потенциального привлечения транснациональных корпораций к трансфертным операциям.

Ключевые слова: транснациональная корпорация, реальная экономическая деятельность, налоговое планирование, трансфертные операции, трансфертная политика ТНК.

Summary. The article reveals the main differences between real economic activity and transfer policy. The author justified why the transfer policy is unique to international corporations. This paper considers approaches to measuring sources of profit generation and place of their origin. The author reviews the essence and methods of measurement of transfer operations. It is systematized the ways of profit transfer and constructed the structure of transfer policy. The main indicators of measuring the potential involvement of the company in transfer transactions are determined.

Key words: transnational corporation, real economic activity, tax planning, transfer operations, transfer policy of TNCs.

УДК 334.73.01(477.8):339,9

Вісин В. В.
доктор історичних наук, доцент,
професор кафедри гуманітарних наук і права
Луцького національного технічного університету

Вісина Т. М.
кандидат історичних наук, доцент
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Луцького національного технічного університету

Кравчук П. Я.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Луцького національного технічного університету

Visyn V. V.
Doctor of History, Associate Professor,
Professor of Humanities and Law Department
Lutsk National Technical University

Visyna T. N.
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of International Economic Relations Department
Lutsk National Technical University

Kravchuk P. J.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of International Economic Relations Department
Lutsk National Technical University

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

MAIN TRENDS IN DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL COOPERATIVE MOVEMENT AT THE MODERN STAGE

Анотація. У статті розглянуто сучасну структуру, форми і методи діяльності Міжнародного кооперативного альянсу. Зазначено, що Міжнародний кооперативний альянс є впливовою економічною і політичною силою, яка сприяє глобальному розвиткові кооперативного руху, захищає цінності та принципи кооперації, піклується про розвиток людства, економічний і соціальний прогрес.

Ключові слова: Міжнародний кооперативний альянс, українська кооперація, кооперативний рух, статут, правління, кооператив.

Постановка проблеми. Головна тенденція розвитку сучасного кооперативного руху – активізація міжнародного співробітництва на регіональному й світовому рівнях. До активнішої співпраці кооператорів спонукають передусім економічні чинники. В умовах глобалізації економіки та інформаційної революції лише спільно можна забезпечити потреби в ресурсах та досвіді праці. Взаємна підтримка дає змогу впроваджувати нові технології, модернізувати виробництво, готувати кадри, успішніше популяризувати кооперативну ідею. Міжнародне співробітництво нині відбувається як на основі спеціальних партнерських угод, так і через міжнародні кооперативні організації. Головною координуючою структурою світового кооперативного руху є Міжнародний кооперативний альянс. Вивчення досвіду цієї представницької інституції дасть змогу сучасним українським кооперативним об'єднанням долучитися до діяльності міжнародного кооперативного руху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дану проблему досліджували вітчизняні науковці С. Гелей [1], С. Семів [2], В. Апопій [3], С. Бабенко [4], А. Гальчинський, В. Геєць [5] та ін. Проте вивчення сучасної структури, форм і методів діяльності міжнародного кооперативного руху, а також взаємин з українською кооперацією потребує більш детального дослідження.

Мета статті полягає у відтворенні цілісної картини діяльності сучасного міжнародного кооперативного руху, його структури, пріоритетних напрямів розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. За час існування міжнародний кооперативний рух став вагомим фактором світового економічного й політичного життя. Понад сто років координацією міжнародної кооперативної діяльності займається Міжнародний кооперативний альянс (МКА). Сьогодні він має статус «А» першої категорії в економічних і соціальних радах, в ЮНЕСКО та деяких інших міжнародних організаціях. Альянс почав активно підтримувати й захищати інтереси широких верств населення, брати участь у заходах, що проводяться ООН та її спеціалізованими органами, підтримувати акції

демократичних і миролюбних сил. Розширилася діяльність МКА щодо надання допомоги кооперативам країн, що розвиваються, зросла його роль у розвитку міжнародної співпраці, міжнародної кооперативної торгівлі, туризму, страхування, захисту прав споживачів тощо. Альянс виступив організатором деяких заходів, спрямованих на залучення до кооперативного руху жінок і молоді. Серйозну увагу МКА надав проблемам кооперативної демократії, зміцненню єдності лав міжнародного кооперативного руху. Враховуючи значну роль кооперативів у соціальному розвитку, на 64-й Сесії Генеральної Асамблеї ООН 18 грудня 2009 р. затвердили резолюцію (A/RES/64/136), в якій проголосили 2012 р. Міжнародним роком кооперативів [6].

У другій половині 2012 р. після п'яти років фінансової кризи більшість розвинених економік залишалася в стані кризи. Їх уряди виходили з економіки, скорочуючи свої соціальні зобов'язання і витрати на суспільні потреби, залишаючи громадян ще більш уразливими до економічної нестабільності. У цій ситуації кооперативи дали людям у всьому світі певну надію й ясність. Будучи унікальною моделлю ведення бізнесу, кооперативи надають економічні ресурси й демократичний контроль. Кооперативна модель стала комерційно ефективним і надійним способом ведення довгострокового, ціннісно-орієнтованого бізнесу, який ураховує економічні та соціальні потреби людини. Кооперативний підхід став зручним як для організації малого й середнього, так і великого бізнесу. Кооперативний сектор надав мільйони робочих місць по всьому світу. Кооперативні організації зміцнюють стабільність, вони спрямовані на перспективу, життєздатні й успішні. 2012 р. став поворотним моментом для кооперативної ідеї, щоб оцінити той внесок, який вона родить у забезпеченні безпеки та благополуччя.

У жовтні 2012 р. у Манчестері Генеральна Асамблея Міжнародного кооперативного альянсу прийняла програму «Бачення 2020 року». Проект спрямований на те, щоб кооперативи до 2020 р. стали:

1. визнаним лідером у галузі економічної, соціальної й екологічної усталеності;
2. моделлю, якій нададуть перевагу прості люди;
3. найбільш зростаючою формою бізнесу.

Стратегія цього проекту спрямована на проведення у 2011-2020 рр. Кооперативного десятиріччя впевненого росту. Головні пріоритети цієї програми у тому, щоб розказати про кооперацію максимально більшій кількості людей, надати людям інструменти й базову підтримку, щоб вони змогли створювати, фінансувати і розвивати життєздатні кооперативи й долати бар'єри на цьому шляху. Проект Кооперативного десятиріччя вказує чіткий напрям діяльності на найближчі роки. Завдання МКА, національних кооперативних альянсів, секторальних груп, кооперативів та окремих пайовиків на сучасному етапі полягає у реалізації цієї програми. П'ять основних складників цього проекту:

1. Кооперативна бізнес-модель краща, тому що вона дає людям можливість участі (Участь).
2. Кооперативна бізнес-модель краща, тому що вона створює економічну, соціальну й екологічну сталість (Сталість).
3. Кооперативна бізнес-модель краща, тому що вона, будучи ідентичною (визначається цінностями й принципами кооперації), розміщує людину в основу процесу прийняття рішень і надає великий сенс чесній грі у світову економіку (Ідентичність).
4. Кооперативна бізнес-модель потребує гарантованих сприятливих правових норм для свого росту (Правові рамки).
5. Кооперативна бізнес-модель потребує кооперативного капіталу зі строгим членським контролем (Капітал).

Усі ці п'ять складників проекту взаємопов'язані й становлять його цілісність. Отже, щоб досягти цілей проекту «Бачення 2020 року», необхідно:

1. Вивести участь у межах членства й управління на новий рівень.
2. Розвивати кооперативи як гарантів сталості.
3. Розробити кооперативне послання й забезпечити кооперативну ідентичність.
4. Гарантувати сприятливі правові рамки для кооперативного росту.
5. Забезпечити надійний кооперативний капітал, гарантуючи членський контроль.

Коли піонери кооперації застосували на практиці свої нові ідеї, вони тим самим запропонували людям можливість задовольнити свої потреби, коли цього не могли зробити акціонерні компанії. Сьогодні такі ідеї потрібні всім людям. Світова спільнота зіткнулася з крахом традиційної економіки, в якій прибуток і ріст важливіші за сталість, а приватний прибуток означає більше, ніж суспільне благо. Саме тому цей амбіційний проект спрямований на роз'яснення кооперативного посилу та його широку трансляцію на світове співтовариство. Проект є способом забезпечити людей засобами, які допоможуть їм утілити в життя свої мрії; способом, який дасть змогу всім людям подолати ті перепони, які стоять на шляху втілення їхніх мрій.

Сьогодні Міжнародний кооперативний альянс – одна з найбільших у світі недержавних організацій. Його членами є 303 кооперативних організацій від 105 країн, які репрезентують більше 1 млрд. осіб у всьому світі [7]. Це національні кооперативні об'єднання (спілки, федерації, конфедерації), економічно потужні кооперативи (торговельні товариства, кооперативні банки, страхові компанії), а також міжнародні кооперативні організації.

Міжнародний кооперативний альянс діє на основі власного статуту, який, звичайно, постійно вдосконалювався, зазнаючи тих чи інших змін та доповнень. Нині чинна редакція статуту, прийнята Генеральною Асамблеєю 6 червня 2008 р. Деякі зміни і доповнення Генеральна Асамблея МКА внесла 1.01.2009 і 20.11.2009 [8]. Згідно з правилами, Міжнародний кооперативний альянс є незалежною недержавною асоціацією, яка об'єднує, представляє і обслуговує кооперативи в усьому світі. МКА має статус асоціації, організованої на кооперативних засадах. Її керівництво виборне, а основне джерело фінансування – членські внески. З 1982 р. штаб-квартира цієї організації знаходиться у Женеві (Швейцарія).

Статут МКА визначає завдання цієї організації:

1. Бути світовим репрезентантом кооперативних організацій усіх видів, які у практиці дотримуються кооперативних принципів.
2. Поширювати в усьому світі кооперативні принципи та методи.
3. Сприяти розвитку кооперації.
4. Відстоювати інтереси кооперативного руху в усіх його формах.
5. Підтримувати добрі взаємовідносини між членами об'єднання.
6. Сприяти розвиткові дружніх та господарських відносин між кооперативами всіх видів як на національному, так і на міжнародному рівнях.
7. Сприяти зміцненню миру та безпеки.

МКА досягає своїх цілей:

– збиранням кворуму для обміну досвідом як джерелом інформації про кооперативний розвиток, дослідження й статистику;

– надаючи технічне сприяння кооперативному розвитку;

– створюючи міжнародні спеціальні організації в різних секторах кооперативної економіки та здійснюючи соціальні (громадські) заходи;

– кооперуючись з Організацією Об'єднаних Націй, з іншими неурядовими міжнародними та національними організаціями, які дотримуються цілей, важливих для кооперації;

– іншими належними способами.

Офіційні мови МКА – англійська, французька, німецька, російська та іспанська.

Сучасна децентралізована організаційна структура Міжнародного кооперативного альянсу чотириступенева і включає:

– центральні органи управління (Конгрес, Генеральна Асамблея, Правління, Комітет аудиту і контролю, Адміністрація МКА);

– чотири регіональні органи управління (регіональні асамблеї, регіональні правління та адміністрації для Європи, Азії й Океанії, Америки й Африки);

– глобальні регіональні секторальні організації;

– тематичні комітети [8].

Конгреси Міжнародного кооперативного альянсу – це форуми кооператорів з усього світу, участь у яких можуть брати й не члени МКА. На конгреси запрошуються також представники міжнародних кооперативних організацій, політичні, громадські та релігійні діячі, науковці, що займаються дослідженнями кооперативної проблематики. Конгреси відбуваються кожні чотири роки й обговорюють найважливіші проблеми світового кооперативного руху, питання, які мають стратегічне значення для його розвитку. Найвищим органом управління Міжнародним кооперативним альянсом є Генеральна Асамблея – збори представників від усіх організацій – членів МКА, що збираються раз на два роки. Вищим виконавчим органом управління МКА є Правління альянсу. Правління обирається Генеральною асамблеєю на чотири роки і складається з президента МКА, чотирьох віце-президентів та 18 членів. Двоє з останніх представляють секторальні організації й один – молодіжні кооперативи. Організації – члени МКА не можуть мати в Правлінні більше ніж одного представника за винятком президента. Органом членського контролю в управлінській структурі Альянсу є Комітет аудиту і контролю. Він складається з трьох-п'яти членів. Комітет уповноважений призначати аудитора МКА і проводити щорічну перевірку фінансової діяльності Альянсу та фінансових зобов'язань його членів. Про результати аудиту комітет звітує перед Генеральною Асамблеєю та Правлінням [9].

Невід'ємними елементами організаційної структури Міжнародного кооперативного альянсу є його регіональні органи управління. Вони створені, щоб сприяти співпраці між організаціями – членами МКА на регіональному рівні. Зокрема, регіональні асамблеї Азії й Океанії, Америки, Африки та Європи, що збираються щороку, втілюють у життя рішення Генеральної Асамблеї, визначають пріоритети робочих програм МКА для своїх регіонів, а також готують звіти, пропозиції та резолюції для розгляду на Генеральній Асамблеї. Політику, визначену регіональними асамблеями, реалізують регіональні ради, які очолюють віце-президенти МКА. Центральні та регіональні органи управління мають свій апарат – Адміністрацію. Адміністрацію очолюють, відповідно, Генеральний директор МКА та регіональні директори. Генеральний директор – основна посадова особа в МКА. Він керує центральним офісом Альянсу в Женеві, добирає кадри та очолює секретаріат МКА. Генеральному директору МКА підзвітні всі регіональні адміністрації [9].

Господарськими секторами кооперативної діяльності управляють спеціалізовані організації. Це – міжнародні кооперативні організації, що є членами МКА й об'єднують сільськогосподарські, фінансові, споживчі, житлові та інші кооперативи. Негосподарськими секторами керують спеціальні комітети: Комунікативний комітет (ICACC), який відповідає за зв'язки між національними кооперативними організаціями, Комітет кооперативних досліджень (ICACCR), Комітет розвитку людських ресурсів (ICAHRDC) та Комітет ґендерної рівності (ICAGEC). Спеціалізовані організації та комітети створені відповідно до рішень Генеральної Асамблеї МКА і підзвітні їй у своїй діяльності [1, с. 380].

Децентралізована організаційна структура Міжнародного кооперативного альянсу дає змогу ефективно реалізовувати свої основні цілі. Політика МКА здійснюється у таких напрямах:

1. Забезпечення співробітництва кооперативних організацій на міжнародному рівні. Розвиток співробітництва координує Комунікативний комітет. Цей комітет, а також спеціалізовані організації МКА сприяють укладенню взаємовигідних економічних угод, налагодженню науково-технічних зв'язків та обміну досвідом між кооперативними організаціями з різних країн та регіонів.

2. Зокрема, останнє десятиріччя для кооперативів Європейського Союзу було сповнене роботи за трьома основними напрямами: розширення сфери використання кооперативних об'єднань, удосконалення кооперативного законодавства, визнання політичними структурами Євросоюзу за кооперативами належного місця в реалізації тих завдань, що стоять нині перед європейською спільнотою. Останнім часом завдяки зусиллям МКА Європи, Єврокомісія прийняла Європейський кооперативний статут (SCE) та спеціальне Звернення про сприяння розвиткові кооперативів у Європі.

3. Захист кооперативної ідентичності, поширення кооперативної ідеї. Збереження кооперативної своєрідності в умовах глобалізації та переходу до постіндустріального суспільства визнається пріоритетом МКА. Питання кооперативної теорії розглядалися на всіх останніх конгресах Альянсу. Вони – предмет діяльності численних наукових та інформаційно-методичних центрів, створених за його участі. Результати наукових досліджень та методичні рекомендації кооперативним організаціям подають на сторінках журналів МКА «Новини Міжнародного кооперативного альянсу» та «Огляд міжнародної кооперації».

4. Забезпечення підтримки кооперативного руху на міжнародному та національному рівнях. Підтримку кооперації забезпечує регулярне співробітництво МКА з державними та громадськими міжнародними організаціями, зокрема з Організацією Об'єднаних Націй (ООН), Міжнародною організацією праці (МОП), Міжнародною продовольчою та сільськогосподарською організацією (ФАО) та ін.

5. Сприяння кооперації в державах із перехідною економікою та в країнах, що розвиваються. МКА приділяє постійну увагу кооперативному рухові в країнах Азії та Африки, а останніми роками ще й кооперації в державах Східної й Центральної Європи, що перейшли до демократії та ринкової економіки. Для допомоги кооперації цих країн регулярно розробляють спеціальні програми, до виконання яких залучають міжнародні та національні кооперативні організації, громадські об'єднання і фонди. Програми передбачають різноманітну фінансову, технічну, організаційну й культурно-просвітню допомогу кооперативам у цих регіонах.

6. Підвищення кваліфікації спеціалістів і керівників кооперативів із питань менеджменту, фінансової роботи, підготовки кадрів тощо. Цей напрям останнім часом теж став пріоритетом МКА, що пояснюється зростаючим притоком у кооперативи нових людей та ускладненням управління кооперативом в умовах високоінтенсивної економіки. Для навчання кооперативних кадрів розробляють і реалізують спеціальні освітні програми, надають підтримку кооперативним навчальним закладам, проводять «круглі столи», семінари, конференції з обміну досвідом кооперативної діяльності, збирають та узагальнюють інформацію про нові види послуг і набутки кооперативного менеджменту, які існують в різних країнах, тощо.

7. Підтримка і проведення акцій міжнародного та національного рівня, спрямованих на вирішення глобальних проблем людства. МКА та національні об'єднання кооперативів надають моральну, фінансову й організаційну підтримку ініційованим іншими організаціями заходам та діям на захист миру, навколишнього середовища, прав та свобод людини і народів. Вони також самостійно проводять подібні акції, борючись із бідністю, безробіттям, соціальною несправедливістю тощо. МКА виступає за створення всім народам рівних можливостей в умовах глобалізації економіки [10].

Крім Міжнародного кооперативного альянсу, у світі існують інші міжнародні кооперативні організації, діяльність яких у справі розвитку кооперації заслуговує пильної уваги. До таких організацій належить Об'єднаний комітет сприяння й надання допомоги кооперативам, що є єдиною міжнародною кооперативною організацією, до якої входять як урядові, так і неурядові організації. Членами Об'єднаного комітету сприяння й надання допомоги кооперативам є Секретаріат ООН, МОП, ФАО, МКА, Всесвітня рада кредитних спілок, Міжнародна федерація робітничих плантацій, сільського господарства й суміжних професій. Комітет функціонує як сполучна ланка між установами ООН та міжнародними неурядовими організаціями і створений для сприяння й координації допомоги кооперативам країн, що розвиваються. Ініціатором заснування такого органу виступив наприкінці 60-х років МКА. Ідею підтримали МОП і ФАО, і наприкінці 1971 р. було створено Об'єднаний комітет сприяння в наданні допомоги кооперативам, який приділяє чималу увагу дослідницькій діяльності, готує аналітичні огляди про розвиток кооперації в різних країнах, розглядає проблеми кооперативної теорії та практики. Робота комітету суттєво розширює можливості й підвищує ефективність допомоги, яка надається по лінії міжнародних організацій кооперативам країн, що розвиваються.

Всесвітня рада кредитних спілок – член Комітету – знаходиться в Медісоні (штат Вісконсін, США). Всесвітня рада кредитних спілок є міжнародною кредитною організацією, яка надає технічну, організаційну й фінансову допомогу своїм організаціям-членам у справі створення та укрупнення кредитних спілок у всьому світі. На Третій всесвітній конференції з кооперативного кредиту й заощаджень у 1974 р. в Лондоні було створено Міжнародний комітет взаємодії з кооперативного кредиту та заощаджень. Цей комітет є організацією, яка ставить собі за мету сприяти розвиткові кредитно-заощаджувальних кооперативів у всьому світі й координувати їх діяльність на міжнародному рівні завдяки обміну інформацією, персоналом та експертами. Членами Комітету є МКА, Всесвітня рада кредитних спілок, Центральний кооперативний банк сільського й лісового господарства (Японія), Національна конфедерація взаємного кредиту (Франція), Народні каси ім. Дежардена (Канада), група кооперативів Райффайзена (Бенілюкс), Спілка кредитних кооперативів (Франція).

Організація кооперативів Америки (ОКА), що є членом МКА, – це поки що єдина регіональна міжнародна організація, членство в якій є відкритим для кооперативних організацій усіх країн Американського континенту. Створена в 1963 р., ОКА своїм головним завданням уважає створення та розвиток кооперативних федерацій. Велику увагу надає ОКА кооперативній освіті: керівним працівникам країн Латинської Америки вона виділяє стипендії для навчання в інших країнах. Організація сприяє вдосконаленню кооперативного законодавства й упровадженню законів у силу, а також організовує кооперативні конференції латиноамериканських країн, налагоджує ділові стосунки з міжнародними організаціями. Штаб-квартира ОКА міститься в Боготі (Колумбія).

Найактивніше розвивається міжкооперативна співпраця в країнах Скандинавії. У Швеції, Фінляндії, Норвегії, Данії, Ісландії ще протягом 1918-1920 рр. помітно розширилися спілки кооперативних підприємств у галузі закупівель і розподілу продовольчих і непродовольчих товарів, а також різних товарів власного виробництва. У Фінляндії було створено товариство «Нордспрей», яке виготовляло аерозольні товари. У Швеції та Норвегії виникло товариство для виробництва шоколаду та кондитерських виробів «Нордчоколяд». У Норвегії було засновано кооперативну фабрику «Нордкронен», яка виробляла туалетне мило, а також шведсько-фінське товариство «Тео-Оу», яке продукувало пральні порошки, та шведсько-норвезьке товариство для виробництва електричних духовок.

У 1918 р. виникло Скандинавське кооперативне гуртове товариство, до складу якого увійшли кооперативні спілки Швеції, Данії, Норвегії, пізніше – кооперативні організації Фінляндії та Федерації ірландських кооперативів. Штаб-квартира гуртового товариства знаходилася у Копенгагені. У 1975 р. з'явилося нове спільне підприємство кооперативних організацій Данії, Фінляндії, Норвегії та Швеції – «Нордтенд», яке виготовляло мило, миючі й очищувальні засоби.

У 1974 р. кооперативні організації США, Швеції, Канади, Данії, Бельгії, Великобританії, Франції, Єгипту, Ірану, Японії, Норвегії, Швейцарії та інших країн створили Міжнародну кооперативну нафтову асоціацію із центром у Нью-Йорку, яка закуповує нафту та нафтопродукти для своїх членів. Асоціація побудувала декілька великих заводів із переробки нафти та виробництва змішаних масел. Такі заводи є в Голландії, Швеції, Бірмі, Шрі-Ланці та деяких інших країнах.

19 найбільших сільськогосподарських постачальних кооперативів США утворили міжнародну торговельну компанію для постачання енергії своїм членам, відому як Міжнародний енергетичний кооператив. Ця компанія підтримує прямі зв'язки з країнами – виробниками нафти, щоб забезпечити постачання кооперативам потрібних енергетичних продуктів.

Успішно функціонує Міжнародний кооперативний банк, який заснували 59 організацій із 21 країни, що стали його пайовиками.

Великий вплив на міжнародному ринку має торговельне об'єднання ІНТЕРКООП, до якого входять 22 споживчі кооперативні організації з 18 країн. ІНТЕРКООП здійснює спільні закупівлі великими обсягами, організовує виставки кооперативної продукції, сприяє обміну досвідом торгівлі задля підвищення конкурентоспроможності споживчих кооперативів. ІНТЕРКООП має свої контори в Гонконзі, Іспанії, Бразилії, Аргентині, США й Австралії.

З 1962 р. існує Європейське співтовариство споживчих кооператив ЄВРОКООП, засноване кооперативними спіл-

ками країн Спільного ринку. У 1965 р. ЄВРОКООП розпочав здійснювати перші спільні закупівлі продовольчих товарів, у 1966 р. побудував першу спільну фабрику кексів в Утресті (Голландія), згодом – фабрику для виробництва шоколаду й карамелі в Дортмунді (ФРН). ЄВРОКООП планує й надалі розширювати свою виробничу діяльність. У 1972 р. ЄЕС визнала ЄВРОКООП як організацію споживачів і ввела її до складу дорадчого комітету з питань споживання.

У розвитку міжнародних кооперативних зв'язків відіграють чималу роль й інші кооперативні об'єднання різних країн світу. Міжнародна кооперативна співпраця та міжнародні кооперативні об'єднання були економічним підґрунтям інтернаціоналізації господарської науки кооперативів капіталістичних країн, яка сприяла процесам інтеграції й централізації в кооперативних організаціях, певною мірою зміцнювала позиції кооперативного сектору в економіці країн із ринковою економікою.

Велику увагу питанням кооперації надає ООН, особливо її економічна й соціальна рада (ЕКОСОР). Послідовна політика, що її проводить ООН на підтримку кооперації, мала вплив на спеціалізовані установи ООН, діяльність яких останнім часом усе більше орієнтується на заохочення кооперативних програм і проектів розвитку. До таких установ належить зарахувати Продовольчу й сільськогосподарську організацію (ФАО), Програму розвитку ООН (ПРООН), Організацію з питань освіти, науки й культури (ЮНЕСКО), Організацію з промислового розвитку (ЮНІДО), Фонд із капітального розвитку (ФКРООН) та низку інших.

Особливу роль у розвитку кооперації відіграє Міжнародна організація праці (МОП), яка практично від дня свого заснування в 1919 р. внесла споживчі товариства до списку організацій, сприяння яким відповідало меті й завданням МОП. За роки існування МОП її кооперативна програма зазнала докорінних змін. Умовно цю діяльність МОП можна поділити на три періоди. Протягом перших трьох десятиліть праця кооперативного відділу МОП концентрувалася на допомозі кооперативам промислово розвинутих країн через провадження досліджень, розповсюдження інформації, розвиток співпраці з кооперативними організаціями. Починаючи від 50-х років її увагиа поступово зміщується в бік країн, що розвиваються. Посилаючи місії в країни, що розвиваються, МОП надає консультативну допомогу в розробленні кооперативного законодавства, створенні державних установ, сприяє кооперативам у підготовці кадрів тощо.

На початку 70-х років активізувалася діяльність Продовольчої й сільськогосподарської організації (ФАО) в галузі кооперації. У 80-х роках ФАО здійснювала конкретні проекти майже в 40 країнах, що розвиваються, проводила дослідження з проблем кооперації, організовувала навчальні кооперативні курси, симпозіуми, семінари, виділяла стипендії тощо. В останніх програмах ФАО посилену увагу надавалося питанням залучення жінок до кооперації.

Усе більшу зацікавленість кооперацією виявляла Організація з питань освіти, науки й культури (ЮНЕСКО), особливо в галузі освіти членів кооперативів, ліквідації неписьменності. ЮНЕСКО тісно співпрацює з Міжнародним кооперативним альянсом. МКА має консультативний статус вищої категорії в ЮНЕСКО.

Плідно розвивається співпраця МКА з організацією для промислового розвитку ООН, особливо зі спеціалізованим комітетом робітників виробничих і ремісничих кооперативів (ЮНІДО). Практична допомога ЮНІДО переважно зводиться до підготовки кваліфікованих кооперативних фахівців із країн, що розвиваються, а також до організації разом із МКА семінарів та інших заходів щодо питань промислових кооперативів.

Вагомий внесок у кооперативний рух здійснює Програма розвитку ООН, яка є основним джерелом фінансування проектів допомоги кооперативам. Тісні контакти налагоджено між МКА і ПРООН, якому надано статус співпрацюючої організації.

Наведені факти свідчать про те, яку підтримку має у світовій організації націй кооперативний рух, що став невід'ємною частиною її практичної діяльності.

Висновки. Протягом XX ст. світовий кооперативний рух активно розвивався. Цей розвиток виявився у зростанні кількості кооперативів та їх членів, в укрупненні кооперативних організацій та концентрації кооперативних капіталів, збільшенні масштабів господарської діяльності кооперативів, поширенні кооперації за межі Європи, активному співробітництві кооперативів на національному й міжнародному рівнях, а також в усамостійненні кооперативного руху та зростанні впливу кооперативної ідеології. Співробітництво кооперативних організацій сьогодні відбувається у глобальному та континентальному масштабах. Кооперація проникає в усе нові сфери людської життєдіяльності, зокрема в освіту, охорону здоров'я, спорт, туризм, соціальну адаптацію людей с обмеженими можливостями тощо. Роль світового центру кооперативного руху, який об'єднує, представляє й обслуговує кооперативи, відіграє Міжнародний кооперативний альянс. Організаційна структура МКА децентралізована, що дає йому змогу ефективно проводити спрямовану на реалізацію основних цілей цієї організації політику. Міжнародний кооперативний альянс покликаний сприяти глобальному розвиткові кооперативного руху, захищати цінності та принципи кооперації, взаємовигідні для кооперативів – членів цієї організації стосунки, у тому числі й економічні, піклуватися про розвиток людства, економічний і соціальний прогрес, ґендерну та расову рівність, мир і безпеку народів, залишаючись при цьому незалежним від будь-якої політичної чи релігійної організації об'єднанням. Із 1992 р. повноправним членом МКА є Центральна спілка споживчих товариств України. Національна кооперація сьогодні має реальний шанс стати органічною частиною міжнародного кооперативного руху.

Список використаних джерел:

1. Гелей С. Теорія та історія кооперації: [підручник] / С. Гелей, Р. Пастушенко. – К.: Знання, 2006. – 513 с.
2. Семів С. Вплив світової фінансової кризи на діяльність споживчої кооперації України / С. Семів // Вісник Львівської комерційної академії. – 2009. – Вип. 30. – (Серія економічна). – С. 127-132.
3. Споживча кооперація України. Кн. 1: Ринкова орієнтація споживчої кооперації України / В. Апопій, С. Бабенко, Я. Гончарук [та ін.]. – Львів: Коопосвіта. – 1999. – 366 с.
4. Бабенко С. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці: [монографія] / С. Бабенко. – К.: Наукова думка, 2003. – 332 с.
5. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) «Шляхом Європейської інтеграції» / А. Гальчинський, В. Геєць [та ін.]. – К.: Держкомстат України, 2004. – 416 с.
6. Кооперативы в процессе социального развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.copacgva.org/publications/un/a64132r.pdf

7. The International Co-operative Alliance [Electronic resource]. – It is access mode: https://ica.coop/en/international-co-operative-alliance
8. Statutes [Electronic resource]. – It is access mode: http://www.ica.coop/ica/2009-ica-statutes.pdf
9. ICA Structure [Electronic resource]. – It is access mode: http://www.ica.coop/ica/structure.html
10. ICA Activities [Electronic resource]. – It is access mode: http://www.ica.coop/activities/index.html

Аннотация. В статье рассмотрены современная структура, формы и методы деятельности Международного кооперативного альянса. Отмечено, что Международный кооперативный альянс является влиятельной экономической и политической силой, которая способствует глобальному развитию кооперативного движения, защищает ценности и принципы кооперации, заботится о развитии человечества, экономическом и социальном прогрессе.

Ключевые слова: Международный кооперативный альянс, украинская кооперация, кооперативное движение, устав, правление, кооператив.

Summary. The article deals with the current structure, forms and methods of activity of the International Cooperative Alliance. It is noted that the International Cooperative Alliance is an influential economic and political force that promotes the global development of the cooperative movement, protects values and principles of cooperation, takes care of human development, economic and social progress.

Key words: International Cooperative Alliance, Ukrainian cooperation, cooperative movement, charter, rule, cooperative.

УДК 331.526:330.101.541

Владика Ю. П.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та страхової справи
Міжрегіональної Академії управління персоналом

Vladyka Y. P.
Candidate of Economic Sciences Docent the Department
Interregional Academy of Personnel Management

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

FEATURES OF ATTRACTING INVESTMENTS IN GRAIN CROP PRODUCTION TO AGRICULTURAL ENTERPRISES

Анотація. Досліджено теоретичні, методичні та практичні аспекти еколого-економічного інвестування сільськогосподарських підприємств та залучення інвестицій у виробництво зернових для підвищення його економічної ефективності. Обґрунтовано особливості управління інвестиційною діяльністю сільськогосподарських підприємств. Доведено, що створення сприятливого інвестиційного клімату в аграрній сфері та активізація інвестиційної діяльності всіх господарчих суб'єктів, з огляду на сучасне фінансове та матеріально-технічне становище сільськогосподарських підприємств, потребують вирішення завдання якісної зміни підходів до управління агропромисловим виробництвом загалом, кожної галузі та господарюючого суб'єкта. Тому необхідне формування дієвого механізму управління еколого-економічним інвестуванням в аграрній сфері, адекватного умовам сучасного економічного стану, враховуючи специфіку агропромислового виробництва, здатного створити економічно вигідні умови для стимулювання накопичення аграрного капіталу та росту ефективності його використання, що можливо за рахунок розвитку екологічного агропідприємництва.

Ключові слова: інвестування сільськогосподарських підприємств, управління інвестиційною діяльністю, залучення інвестицій у виробництво зернових.

Постановка проблеми. Інвестиційні процеси в агропромисловому виробництві стримуються відсутністю належного обсягу інвестиційних ресурсів, несприятливим інвестиційним кліматом, недосконалістю галузевого інвестиційного менеджменту, відсутністю страхування інвестицій, нерозвиненістю галузевої інвестиційної інфраструктури, юридичною непідготовленістю низки керівників до сприйняття нових механізмів інвестування [1]. Без розв'язання проблеми інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств стають досить примарними перспективи оновлення матеріально-технічної бази, підвищення ефективності господарської діяльності, створення конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва, просування вітчизняної продукції на світові ринки і, як наслідок, соціально-економічний розвиток сільських територій.

Виробництво і реалізація зерна сільськогосподарськими підприємствами є ефективними у зв'язку з тим, що

ця галузь в Україні становить основу продовольчої бази і безпеки держави, значна кількість зерна експортується за кордон. Водночас необхідно підвищувати конкурентоспроможність підприємств з урахуванням кон'юнктури внутрішнього і світового зернового ринку, підвищувати обсяги залучення інвестицій з урахуванням екологічного складника для відтворення земельних ресурсів за рахунок розвитку екологічного агропідприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формування інвестиційного забезпечення виробництва та реалізації зерна сільськогосподарськими підприємствами, визначення теоретико-методичних засад та обґрунтування практичних рекомендацій щодо розвитку довгострокового інвестування сільськогосподарських підприємств комерційними банками, наукове обґрунтування механізму управління інвестиційними ресурсами для підвищення родючості ґрунтів, зниження кредитного ризику з метою підвищення обсягів залучення інвестицій є важливими аспектами залучення інвестицій сільськогосподарськими підприємствами – виробниками зерна.

Вивчення наукових літературних джерел із цієї проблематики засвідчує, що суттєві пропозиції методичного та практичного характеру щодо інвестування в аграрній сфері внесли такі відомі вчені, як: В. Алексійчук, І. Бланк, О. Гудзь, М. Дем'яненко, М. Кісіль, М. Кожем'якіна, М. Коденська, М. Кропивко, Ю. Лупенко, А. Пересада, П. Саблук, П. Стецюк, Л. Худолій, А. Чупіс та ін. Однак в умовах трансформації всієї фінансово-кредитної системи низка аспектів цієї важливої проблеми вимагає подальшого дослідження з метою пошуку шляхів розроблення та впровадження інвестиційних проектів з урахуванням екологізації агропромислового виробництва, пошуку шляхів підвищення гарантій повернення залучених фінансових ресурсів під час упровадження інвестиційних проектів та банківського кредитування сільськогосподарських підприємств.

Метою статті є розроблення науково обґрунтованих пропозицій щодо розвитку інвестиційного забезпечення виробництва та реалізації зерна сільськогосподарськими підприємствами для підвищення їх економічної ефективності, відтворення земельних ресурсів, залучених у виробництво продукції рослинництва, підвищення гарантій повернення кредитів у банківському інвестиційному кредитуванні.

Поставлена мета передбачає вирішення таких завдань, як:

– з'ясування особливостей інвестування сільськогосподарських підприємств-виробників зерна та можливості залучення інвестицій у відтворення родючості ґрунтів, що використовуються у сільськогосподарському виробництві;

– аналіз кредитних відносин сільськогосподарських підприємств із кредитними установами та з'ясування напрямів запобігання кредитному ризику для підвищення імовірності одержання банківського інвестиційного кредитування;

– обґрунтування напрямів підвищення гарантій повернення залучених інвестиційних ресурсів та забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств – виробників зерна.

Виклад основного матеріалу. Досвід країн із розвинутою економікою свідчить, що сфера агробізнесу є привабливою для інвестицій, оскільки на сільськогосподарську продукцію завжди є стійкий попит, який не має тенденції до зниження. Агропромислове виробництво вимагає значних інвестицій для розвитку галузей, оновлення матеріально-технічної бази, відтворення земельних ресурсів, підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Згідно з підрахунками Державного комітету статистики у I кварталі 2013 року обсяг прямих іноземних інвестицій в українську економіку зріс на 1,3% і становив 1,560 млрд. дол. США, що на 76,25% більше за аналогічні показники 2012 року. Загальний внесок іноземних інвесторів з початку інвестування станом на 1 квітня 2013 року дорівнює 55,709 млрд. дол. США. У перерахунку на душу населення це 1,237 тис. дол. США.

Вирішальною умовою успішної інвестиційної діяльності підприємств в умовах ринку є ефективне вкладання додаткового капіталу, бо інвестиційні ресурси є об'єктом управління. Тому процес інтенсифікації інвестиційної діяльності в агропромисловому виробництві на мікро- та макрорівні повинен бути керованим. Активізувати інвестиційну діяльність можливо на засадах планування, яке є важливою ланкою в структурі організаційно-економічного механізму. Для залучення інвестицій необхідно розробити інвестиційний проект або програму.

Найважливішим напрямом інвестування у відтворення природних ресурсів, що використовуються сільськогосподарськими підприємствами у рослинництві, є проведення заходів, спрямованих на підвищення родючості ґрунтів, бо земля є незамінним та територіально обмеженим засобом виробництва. Особливу тривогу викликає незадовільний екологічний стан українських сільськогосподарських угідь, насамперед чорноземів. Із ґрунтом щорічно виноситься 11 млн. т гумусу, 0,4 млн. т фосфору і 7 млн. т калію, що в 2,3 раза більше, ніж вноситься з добривами [2]. За останні десятиріччя прискорився процес дегуміфікації. Тенденцію до погіршення якості ґрунту під час вирощування монокультури було виявлено ще до механізації і хімізації, які, негативно впливаючи на біопродуктивність ґрунту через ущільнення, накопичення отрутохімікатів та інших шкідливих речовин, значно її посилили. Нераціональне використання мінеральних добрив і хімічних засобів захисту рослин приводить до розширення масштабів забруднення ґрунту, загрожує здоров'ю людини, наражає на небезпеку стабільність екосистем.

Вплив екологічних умов на виробництво ще недостатньо досліджений, але ці умови вже починають відігравати все більшу роль у системі планування сільськогосподарського виробництва. Мета еколого-економічного планування – не тільки визначити умови, необхідні для збільшення виробництва, але й забезпечити баланс між виробництвом та довкіллям, де землі відводитися головна роль. Отже, у сфері сільськогосподарського природокористування основна увага повинна приділятися екологічним аспектам землекористування – охороні земельних ресурсів від забруднення та відновленню деградованих земель із метою забезпечення можливості їх подальшого ефективного використання теперішнім та майбутніми поколіннями, що потребує інвестування у відтворення родючості ґрунтів [3].

Проблема управління родючістю ґрунтів досить складна і маловивчена, але в сучасних умовах в Україні є найбільш раціональним шляхом одержання дешевої та екологічно чистої продукції без зовнішніх інвестицій. Природна родючість – це родючість, за рахунок якої можна без додаткових заходів її підвищення одержати певний урожай за умови дотримання вимог технологій. За сприятливих агрокліматичних умов природна урожайність зернових культур, вирощених у Сумській області, у Лісостеповій зоні – 26,4 ц/га, Перехідній зоні – 19,5 ц/га, Поліській зоні – 13,6 ц/га [4].

Проведений факторний аналіз організаційно-економічного механізму агротехнологій бездефіцитного балансу гумусу дав змогу виділити групи факторів, за

допомогою яких можна управляти рівнем родючості ґрунтів. Механізм включає використання мінеральних та органічних добрив, вапнування, гіпсування, зрошення та осушення у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами. Вивчення питання показує, що найбільш суттєво підвищується родючість ґрунтів шляхом збагачення їх гумусом за рахунок внесення гною. У зв'язку з постійним зростанням його дефіциту наші дослідження були спрямовані на вивчення інших економічно доцільних і відповідних альтернативних замінників гною. Це – використання соломи зернових культур, пожнивно-кореневих решток, зелених добрив, вирощування багаторічних трав, зміна структури посівних площ, оптимізація співвідношення ріллі та інших сільськогосподарських угідь. Упровадження цих заходів буде сприяти економічному розвитку галузі тваринництва.

Поєднання органічних добрив із комплексом інших факторів та визначення вартості агротехнології балансу гумусу дає змогу зробити вибір певного варіанту сівозміни і способу обробітку ґрунту. Рівень родючості ґрунтів може відіграти вирішальну роль в оцінці інвестиційної привабливості сільськогосподарського підприємства. Структурно-системний аналіз факторів дає можливість визначити внутрішньогосподарський організаційно-економічний механізм управління родючістю ґрунтів.

Продуктивна здатність земель визначається вмістом органічних речовин в ґрунтах, що і формує рівень родючості ґрунтів, який забезпечує потенційну урожайність під час сільськогосподарського використання земель. Рівень родючості та комплекс агротехнологій значною мірою впливають на фактичну урожайність і обсяги валової продукції. Одержана виручка від реалізації сільськогосподарської продукції дає змогу визначити фінансові можливості підприємства і прийняти відповідні управлінські рішення щодо використання послуг агросервісних підприємств із виконання комплексу робіт з метою підвищення родючості ґрунтів.

Розрахунок економічної ефективності застосування агротехнологій бездефіцитного балансу гумусу показує, що найбільша ефективність – у Лісостеповій зоні порівняно з Поліською і Перехідною (табл. 1). Водночас вартість додатково одержаної продукції більша на менш родючих землях Поліської і Перехідної зони, ніж у Лісостеповій.

Варто зазначити, що підтримка бездефіцитного балансу гумусу створює сприятливі умови для одержання стабільних урожаїв, збільшення урожаю зернових не тільки в рік внесення органічних речовин у ґрунт, але і в наступні роки, що є метою ефективного і якісного організаційно-економічного механізму управління родючістю для найбільш повного забезпечення населення продуктами харчування.

Отже, ефективність управління родючістю ґрунтів значною мірою залежить від застосовуваних методів і можливостей сільськогосподарських підприємств із забезпечення його засобами підвищення родючості, а отже, і від рівня компетентного управління цими процесами, залучення інвестицій для вирощування екологічно чистої продукції.

Україна поступово повертає собі імідж житниці Європи. Посівні площі зернових культур після 2005 року практично стабілізувалися в межах 15-16 млн. га. У структурі валового виробництва зернових найбільшу частку (в межах 45%) займає кукурудза, пшениця – 36%, ячмінь – 14%, на інші культури припадає 5% [5]. Валовий збір зерна в середньому за останні 5 років становить 45,2 млн. т, а у 2011 році отримано рекордний урожай – 56,7 млн. т. Основними регіонами виробництва якісної продовольчої пшениці є Степова зона і південні райони Лісостепу; кукурудзи – Лісостепова зона; ячменю – значна частина Полісся і райони Лісостепу.

Таблиця 1

Розрахунково-економічна оцінка агротехнології бездефіцитного балансу гумусу на 1 га під час вирощування озимої пшениці у Сумській області

Агрокліматичні зони	Оцінка продукції за рахунок природної родючості, грн.	Економічні показники агротехнології бездефіцитного балансу гумусу			
		Вартісна оцінка, грн.			Коефіцієнт ефективності агротехнології (гр. 5: гр. 3)
		бездефіцитного балансу гумусу, грн.	додатково одержаної продукції, грн.	прибутку за рахунок агротехнології	
Поліська	380,8	97,0	420,0	323,0	3,32
Перехідна	546,0	85,0	392,0	307,0	3,61
Лісостепова	739,2	72,0	364,0	292,0	4,05

Ґрунтово-кліматичні та селекційно-генетичні можливості підвищення урожайності зернових культур поки що залишаються не повністю задіяними, що свідчить про сприятливі перспективи нарощування виробництва зерна в країні за рахунок цього фактора. Міністерством аграрної політики та продовольства України прийнято комплексну галузеву програму «Розвиток зерновиробництва в Україні до 2015 року», виконання якої дасть змогу стабілізувати валовий збір зерна на кінець встановленого періоду в межах 50 млн. т, значна частина якого (до 30%) буде використана для експортних поставок [2].

Тому питання інвестування сільськогосподарських підприємств – виробників зерна є визначальними для розвитку галузі. Від їх вирішення на сучасному етапі значною мірою залежить відновлення та зростання виробничого капіталу, підвищення рівня виробництва та конкурентоспроможності продукції, вирішення соціально-економічних проблем галузі.

Найчастіше сільськогосподарські підприємства залучають необхідні інвестиційні ресурси у банку. При цьому потребує удосконалення схема відносин виробників та продавців сільськогосподарської продукції з кредитними установами. З огляду на потреби сільськогосподарських підприємств та складність одержання кредиту під час звернення до банку доцільно удосконалити схему кредитних відносин сільськогосподарських підприємств із кредитними установами (рис. 1).

При цьому банк у своїй практичній діяльності повинен свідомо розмежовувати повноваження працівників відділу кредитування щодо кредитного обслуговування клієнтів. Це дасть змогу у процесі кредитування обмежувати кількість помилкових та суб'єктивних рішень.

Залучення банківського кредиту в основному має на меті підвищення ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства та отримання вищого рівня прибутку [6, с. 7]. Проте банківське кредитування, на жаль, не відіграє суттєвої ролі у розвитку аграрного сектору економіки, оскільки банки віддають перевагу промисловим та торговельним підприємствам, що мають більш

Рис. 1. Перспективна схема кредитних відносин сільськогосподарських підприємств із кредитними установами

вигідні економічні умови функціонування, більш ліквідну заставу, менш тривалий виробничий процес та вищі прибутки. А специфіка банківського кредитування пов'язана з ризиками, притаманними лише сільськогосподарським підприємствам, такими як підвищена нестійкість фінансового стану, невідповідність довгострокових запитів підприємств наявним у банку короткостроковим фінансовим ресурсам; сезонність сільськогосподарського виробництва та його залежність від природно-кліматичних умов; проблеми з реалізацією продукції; необхідність удосконалення законодавчої бази та ін.

Вищезазначені ризики лише загострюються у зв'язку з високою вартістю кредитів для сільськогосподарських підприємств. Крім того, платоспроможність досліджуваних підприємств та ефективність використання ними кредитних ресурсів безпосередньо залежить від відсоткової ставки.

Сукупність умов, що дають кредиторові підстави бути впевненим у тому, що борг йому повернуть, можна розглядати як забезпеченість кредиту. Забезпеченням грошового кредиту можуть бути товари, цінні папери, матеріальні цінності, наявність яких у боржника гарантує можливість повернення ним боргу. Формами забезпечення кредиту є конкретні джерела погашення наявного боргу, юридичне оформлення права кредитора на їх використання, організацію контролю банку за достатністю та прийнятністю цих джерел. Тобто якщо механізм погашення позики за рахунок доходу і його закріплення в кредитних угодах є основною передумовою повернення кредиту, то визначення способів забезпечення є гарантією цього повернення.

Забезпечення може бути передано кредиторові у вигляді застави як рухомого, так і нерухомого майна. Крім того, існують переуступка контрактів та дебіторської заборгованості, застава шляховими документами, надання гарантій третіх осіб та ін. Відсотки за користування кредитом містять у собі, окрім грошової винагороди банку, витрат на укладання та супроводження договору, і компенсацію кредитного ризику – можливості неповернення кредиту внаслідок певних обставин. Тому якщо у кредитора буде більша впевненість у тому, що позичені кошти будуть повністю повернуті, то і компенсація за ризик неповернення буде меншою.

За будь-якої форми забезпечення кредиту банкам дуже важливе одержання гарантій своєчасного повернення кредитів, страхового захисту від втрат у результаті невиконання зобов'язань, що настає внаслідок тимчасової або повної неплатоспроможності одержувачів кредитів, відмови позичальника виконати передбачене договором зобов'язання повернути кредит тощо. Питання про гарантії є неодмінним складником під час укладання кожної без винятку кредитної угоди.

Під час укладання кредитної угоди сільськогосподарське підприємство не менше, ніж банк повинне бути зацікавлене у страхуванні кредитних ризиків та заставного майна. Це не лише підвищить впевненість банку у поверненні наданих коштів, а й забезпечить підприємство певним захистом у разі форс-мажорних обставин. Нами пропонується обов'язкове укладання страхових угод трьома сторонами одночасно: банком, підприємством-позичальником та страховиком, тобто розподіл кредитного ризику на три частини.

Висновки. Для підвищення інвестиційної привабливості зернової галузі, оновлення матереально-технічної бази сільськогосподарських підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності необхідне формування дієвого механізму управління інвестуванням сільськогосподарських підприємств з урахуванням екологічного складника, з огляду на специфіку агропромислового виробництва, здатного створити економічно вигідні умови для стимулювання накопичення аграрного капіталу та росту ефективності його використання, зокрема виробництва зернової продукції, збільшення її експорту, відтворення родючості ґрунтів за рахунок розвитку екологічного агропідприємництва та зниження кредитного ризику для підвищення обсягів залучення інвестицій у виробництво екологічно чистої продукції.

Список використаних джерел:

1. Саблук П.Т. Концептуальні засади розробки і реалізації інвестиційних програм в аграрно-промисловому виробництві [Текст] / П.Т. Саблук, М.Ю. Коденська. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 46 с.
2. Лупенко Ю.О. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року [Текст] / Ю.О. Лупенко; за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К.: ІАЕ, 2012. – 182 с.
3. Розвиток ринку земель сільськогосподарського призначення в Україні: Аналітична доповідь [Текст] / [Собкевич О.В., Русан В.М., Юрченко А.Д. та ін.]; за ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2011. – 29 с.
4. Мішенін Є.В. Соціально-економічні та фінансові проблеми сталого сільського розвитку [Текст]: монограф. / Є.В. Мішенін, Р.П. Косодій, В.М. Бутенко. – Суми: Папірус, 2011. – 334 с.

5. Перспективи виробництва зернових культур в Україні в 2013 році [Електронний ресурс] Світ АгроТехнологій. – URL: http://svitagro.com/perspektivi-virobnictva-zernovih-kultur-v-ukrayini-v-2013-roci
6. Олійник О.О. Розвиток довгострокового банківського кредитування сільськогосподарських підприємств [Текст]: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит».

Аннотация. Исследовано теоретические, методические и практические аспекты эколого-экономического инвестирования сельскохозяйственных предприятий и привлечения инвестиций в производство зерновых для повышения его экономической эффективности. Обоснованы особенности управления инвестиционной деятельностью сельскохозяйственных предприятий. Обосновано, что создание благоприятного инвестиционного климата в аграрной сфере и активизация инвестиционной деятельности всех хозяйствующих субъектов, учитывая современное финансовое и материально-техническое положение сельскохозяйственных предприятий, требуют решения задачи качественного изменения подходов к управлению агропромышленным производством в целом, каждой отрасли и хозяйствующего субъекта. Поэтому необходимо формирование действенного механизма управления эколого-экономическим инвестированием в аграрной сфере, адекватного условиям современного экономического состояния, учитывая специфику агропромышленного производства, способного создать экономически выгодные условия для стимулирования накопления аграрного капитала и роста эффективности его использования, что возможно за счет развития экологического агропредпринимательства.

Ключевые слова: инвестирование сельскохозяйственных предприятий, управление инвестиционной деятельностью, привлечение инвестиций в производство зерновых.

Summary. Theoretical, methodological and practical aspects of ecological and economic investment of agricultural enterprises and investment in the grain crop production to increase its economic efficiency have been studied. Peculiarities of investment management of agricultural enterprises have been clarified. It is proved that creation of favorable investment climate in the agrarian sector and promotion of investment activity of all economic entities, considering the current financial and material-technical provision of agricultural enterprises need solution of the issue of quality changes in approaches to the management of agro-industrial production as a whole, every industry and business entity. Therefore, it is essential to form an effective mechanism of the ecological and economic investment management in the agrarian sector, adequate to the conditions of current economic status, taking into account the specifics of agricultural production, that will be able to create profitable conditions for stimulating savings of agricultural capital, and increasing the efficiency of its use, that is possible due to the development of ecological agribusiness.

Key words: investment of agricultural enterprises, investment management, investment in the grain crop production.

УДК 339.972

Владичин М. Б.
аспірант кафедри обліку і аудиту
Львівського національного університету імені Івана Франка

Vladychyn M. B.
PhD student,
Ivan Franko National University of Lviv

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING EXTERNAL CONTROL ACTIVITIES OF FOREIGN TRADE ENTERPRISES UKRAINE

Анотація. Розглянуто основні елементи системи здійснення зовнішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності торговельних підприємств України (ЗЕДТПУ). Запропоновано основні напрями його вдосконалення. Зокрема, акцентовано увагу на діях влади країни щодо уникнення перешкод розвитку ЗЕДТП та посилення зовнішнього контролю.

Ключові слова: внутрішній контроль, зовнішній контроль, зовнішньоекономічна діяльність торговельних підприємств, експорт, імпорт, Митний кодекс України, Податковий кодекс України.

Постановка проблеми. Поглиблення економічних відносин між країнами приводить до невпинного зростання обсягів світової торгівлі. Саме тому вихід на зовнішні ринки стає найбільш актуальним завданням для кожного торговельного підприємства, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність (ЗЕД). Проте часті зміни законодавства та нестабільність економіки вимагають визначення пріоритетів у контрольній функції управління ЗЕД.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та практичні аспекти зовнішнього контролю ЗЕДТП розглядали багато вчених. Зокрема, В.М. Крикунова, С.В. Фомішин виокремили чинники, динаміку і структуру ЗЕДТПУ [11], М.С. Власова-Захарченко здійснила стратегічний аналіз експортно-імпортної діяльності України на світових ринках [7], І.О. Орлик окреслив проблеми та пріоритети розвитку ЗЕДТПУ [12], М.Т. Білуха констатував, що проведення зовнішнього контролю ЗЕДТП можливе лише за допомогою незалежного аудиту [6], К.І. Редченко виокремив напрями зовнішнього контролю та аудиту для стратегічного управління ЗЕДТП [13] та ін.

Питання зовнішнього контролю ЗЕДТП неможливо вважати повністю вирішеними, оскільки часті зміни законодавства країни зумовлюють потребу у його вдосконаленні. Тому проблема розвитку ЗЕД важлива як для підприємств, так і для національного господарства загалом, що й зумовлює актуальність обраної сфери нашої публікації.

Метою статті є виокремлення основних напрямів удосконалення зовнішнього контролю ЗЕДТП для підвищення ефективності його проведення. Відповідно до визначеної мети поставлено завдання представити основні елементи системи здійснення зовнішнього контролю ЗЕДТП та визначити напрями його вдосконалення для покращення функціонування торговельних підприємств у зовнішньоекономічній сфері.

Виклад основного матеріалу. Важливість здійснення зовнішнього контролю заперечити важко, оскільки з розвитком ринкової економіки торговельні підприємства прагнуть завоювати якомога більше ринків, тому активно здійснюють ЗЕД. Тому проблема розвитку ЗЕД важлива як для підприємств, так і для національного господарства загалом.

Наявність в Україні значної кількості державних контролюючих органів, діяльність яких дає змогу слідкувати за всіма сферами господарської діяльності підприємств, у тому числі за ЗЕДТП, не в повному обсязі є координованою. Значна їх кількість приводить до дублювання контролюючих функцій, тому система здійснення зовнішнього контролю ЗЕДТП приводить до того, що на всіх її рівнях констатуються зловживання. Вважаємо, що потрібно виокремити основні напрями вдосконалення системи зовнішнього контролю ЗЕДТП. Систематизувавши думки вчених щодо поняття «контроль» (М.Т. Білуха [6, ст. 7], Л.В. Дікань [8, ст. 6], Л.В. Дікань, Ю.О. Голуб, Н.В. Синочіна [9, ст. 10], М.Д. Корінько [10, ст. 48], К.І. Редченко [13, ст. 10]), констатуємо, що контроль є інструментом управління небезпеками та загрозами, які виникають у системі ЗЕДТП, що реалізується за допомогою контролюючих органів, які здійснюють зовнішній контроль ЗЕДТП. Тому в Україні залежно від органів, які здійснюють контроль, розрізняють такі види контролю ЗЕДТП, як державний, органів місцевого самоврядування, незалежний (аудиторський) і контроль власника торговельного підприємства, яке здійснює ЗЕД (рис. 1).

Як видно з рис. 1, державних контролюючих органів, які здійснюють зовнішній контроль ЗЕДТП, є багато. Зазначений перелік не є вичерпним, оскільки є ще органи, які здійснюють частково зовнішній контроль ЗЕДТП, такі

Рис. 1. Основні види та органи контролю ЗЕДТП в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2; 4]

як Державна інспекція з питань захисту прав споживачів, Державна служба експортного контролю, Торгово-промислова палата України, Аудиторська палата та інші, проте їх сферу зовнішнього контролю ЗЕДТП законодавчо обмежують міністерства, відомства, державні комітети тощо.

Кожен державний орган здійснює зовнішній контроль ЗЕДТП лише в межах своїх повноважень. За результатами проведеного опитування керівників торговельних підприємств, які здійснюють ЗЕД, було встановлено, що після проходження чергової перевірки державними контролюючими органами у веденні бухгалтерського обліку на торговельному підприємстві керівники виявляють прогалини у ньому. На нашу думку, серед причин виникнення такої ситуації є: значна кількість контролюючих органів, що приводить до надмірної вузької спеціалізації контролюючих органів у сфері зовнішнього контролю ЗЕДТП і зумовлює нескоординовану їхню діяльність.

Перед керівниками торговельних підприємств, які здійснюють ЗЕД, для оцінки достовірності результатів поточної діяльності виникає потреба у виборі форми контролю, тобто контролю, який може бути зовнішнім або внутрішнім. Безумовно, керівники зацікавлені у побудові системи контролю на постійній основі, яку забезпечує винятково внутрішній контроль, оскільки він дає змогу економити кошти, а також не розповсюджувати інформацію про недоліки у здійснені ЗЕДТП у разі їх наявності.

Одним із різновидів проведення ефективного зовнішнього контролю ЗЕДТП є незалежний аудит, головним завданням якого є проведення незалежного виду контролю для виявлення різноманітних зловживань і розбіжностей як із боку керівників торговельного підприємства, так і з боку кредиторів, інвесторів чи держави [3]. Інвестори, покупці, постачальники і керівники торговельних підприємств зацікавлені у проведенні незалежного зовнішнього контролю, під яким розуміється проведення зовнішнього контролю за ЗЕДТП незалежним аудитором чи незалежною аудиторською компанією. Здійснення зовнішнього контролю ЗЕДТП незалежним аудитором є надійним і ефективним способом проведення належного контролю, оскільки, на противагу державним контролюючим органам, вони не мають надмірної вузької спеціалізації. Їхня діяльність на території торговельного підприємства, яке здійснює ЗЕД, заздалегідь обговорюється, що дає змогу визначити та спланувати їхні дії для здійснення перевірки.

Вважаємо, що керівники торговельних підприємств, які здійснюють ЗЕД, за бажанням можуть розробити програму контролю за ЗЕДТП. Вона буде доречною як для керівників, так і для державних контролюючих органів, які здійснюють перевірку суб'єкта господарювання. Взірець програми проведення контролю ЗЕДТП на торговельному підприємстві, яке здійснює ЗЕД, зображено в таблиці 1.

Запропонований взірець програми проведення контролю ЗЕДТП дасть змогу керівникам приймати ефективні управлінські рішення для визначення можливих резервів чи досягнення запланованих показників діяльності, що є запорукою ефективного управління ЗЕДТП. Окрім процедури перевірки з боку державних контролюючих органів, важливим є нормативно-правове регулювання ЗЕДТП, яке визначає права й обов'язки посадових осіб

Таблиця 1

Програма проведення контролю ЗЕДТП

№	Найменування ділянки для проведення контролю ЗЕДТП	Змістове наповнення для перевірки ЗЕДТП
1	Дебіторська та кредиторська заборгованість у ЗЕДТП	Розроблення для працівників торговельного підприємства програми з порядку відпуску товару, а також із процедури стягнення сум заборгованості. У ній повинна міститися інформація про загальну суму дебіторської заборгованості, а саме щодо поточної та простроченої (в розрізі дебіторів та договорів). Така програма повинна мітити прізвище ім'я та по батькові відповідального працівника за роботу з дебітором, дату виникнення дебіторської заборгованості, наявність акту звірки з покупцем на певну дату та суму контрагента
2	Дотримання порядку відпуску товару покупцю	Періодичність проведення перевірки – щотижня. Повинна бути проведена в загальному порядку всіх непогашених видаткових накладних. У разі виявлення порушення під час відвантаження товару інформація про таку ситуацію доводиться до відома керівника та відповідального працівника для встановлення термінів для їх виправлення. Важливим під час відпуску товарів є кількість договорів із контрагентами та правильність їх заповнення. Тому правильність оформлення видаткових накладних, актів повернення товару, наявність заяви на повернення товару від покупця, накладної на повернення товару, підписання розрахунку коригування до податкової накладної покупцем, наявність ксерокопії паспорту, водійського посвідчення покупця є важливим. У такій ситуації доречно призначити відповідального працівника, який би відповідав за їх кількість та правильність заповнення документів, ведення реєстру порушень.
3	Робота з простроченою дебіторською заборгованістю	Програма повинна містити інформацію про те, скільки складено претензій, їх суму та період; кількість підготовлених позовних заяв, їх суму та період, а також кількість направлених документів до суду за сумою та періодом.
4	Результати вибіркової інвентаризації товарів	Результати проведеної вибіркової інвентаризації повинні містити інформацію про дату; підрозділ торговельного підприємства, яке здійснює ЗЕД; кількість та суму перевірених позицій та їх фактичну наявність; у разі виявлення розбіжностей – окремо зазначити нестачу і надлишок у сумі та кількості. Також результати інвентаризації повинні містити письмове пояснення від відповідальних осіб причини виникнення розбіжностей, висновки та пропозиції для їх уникнення в майбутньому.
5	Результати повної інвентаризації товарів	Інформація щодо проведеної повної інвентаризації повинна охоплювати перевірку всіх позиції товару. Результати повинні відповідати даним бухгалтерського обліку.

Джерело: розроблено автором

державних контролюючих органів, що здійснюють зовнішній контроль ЗЕДТП, керівників торговельних підприємств, які проводять ЗЕД. До основних нормативно-правових актів, дотримання яких є обов'язковим у процесі здійснення зовнішнього контролю ЗЕДТП, можна віднести Податковий кодекс України (ПКУ), Митний кодекс України (МКУ), Закони України: «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-XII, «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» від 22.12.1998 р. № 330-XIV, «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту» від 22.12.1998 р. № 331-XIV, «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» від 22.12.1998 р. № 332-XIV, «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV та інші. Зазначений перелік не вичерпний, є ще інші нормативно-правові акти які важливі у процесі здійснення зовнішнього контролю ЗЕДТП. Тому пропонуємо розглянути більш детально МКУ та ПКУ для виокремлення основних напрямів вдосконалення зовнішнього контролю ЗЕДТП, адже вони мають найвищу юридичну силу.

З січня 2011 року набрав чинності ПКУ, перевагою якого було запровадження в систему оподаткування України переходу до політики диференційованого стимулювання експорту [2]. Окрім цього, податкове регулювання ЗЕДТП мало певний позитивний вплив, насамперед, через усунення дискримінації країн-партнерів. Незважаючи на переваги впровадження ПКУ, в системі оподаткування залишилися основи, що діяли в Україні у попередній період, тобто до 2011 року. Зараз ЗЕДТП регулюється через податок на додану вартість (ПДВ) та акцизний податок. Для стимулювання ЗЕДТП в Україні щодо ПДВ застосовується нульова ставка, визначено порядок повернення ПДВ платникам, що здійснюють винятково експортну торговельну діяльність. Зважаючи на те, що ПДВ в Україні є основним податком, який формує бюджет країни, а розвиток економіки залежить від діяльності торговельних підприємств, які є експортно-орієнтованими, особливої уваги в процесі проведення зовнішнього контролю ЗЕДТП державними контролюючими органами потребує проблема податкового адміністрування сум відшкодування ПДВ платникам, що пов'язана з поширенням кримінальних схем у ЗЕДТП.

Позитивним для проведення зовнішнього контролю ЗЕДТП державними контролюючими органами є прийняття МКУ, важливість якого, безумовно, заперечити важко, адже його прийняття посприяло скасуванню низки законів та законодавчих актів, які регулювали ЗЕДТП [1]. Це посилило зовнішній контроль за ЗЕДТП, а також зробило діяльність керівників і державних контролюючих органів більш прозорою та відкритою у сфері ЗЕД. Зважаючи на те, що Україна прагне створення між нею та Європейським союзом зони вільної торгівлі, потрібно модифікувати МКУ з урахуванням положень законодавства Європейського союзу, а також низки міжнародних конвенцій з митних питань та запровадити їх у митному законодавстві України. Важливим напрямом є зменшення кількості та часу проведення процедур митного контролю та оформлення операцій із ЗЕДТП. Для цього потрібно перейти у повному обсязі на електронне оформлення документів та удосконалити наявну інформаційну систему ЗЕДТП. Потрібно створити однакові можливості для суб'єктів ЗЕД у розвитку зовнішньої торгівлі незалежно від форм власності підприємств торгівлі. Вкрай важливим є налагодження співпраці з митними органами суміжних країн для посилення контролю за ЗЕДТП. Досягнення цього можливе за умови ліквідації корупції у Державній прикордонній службі України та розвитку почуття патріотизму в державних службовців. Потрібно заохотити внутрішнього товаровиробника до виробництва товарів-імпортозамінників для ліквідації монополізму у сфері ЗЕДТП.

Підтвердженням потреби запровадження зазначених напрямів є значення Індексу фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі у зовнішній торгівлі України товарами, який у 2015 році становив 91,6%, а у 2014 році – 96,4% згідно з даними Державної Служби Статистики України [5]. Значення цього показника демонструє певний занепад у національній політиці процесу стимулювання розвитку зовнішньої торгівлі та забезпеченні доступу до ринків. Існує погіршення впливу регуляторного чинника і стану зовнішнього середовища на ведення підприємницької діяльності торговельними підприємствами, які здійснюють ЗЕД. Це підтверджується результатами опитування керівників торговельних підприємств щодо перешкод розвитку ЗЕД, таких як митні бар'єри; незацікавленість іноземних партнерів у залученні інвестицій та налагодженні більш плідної співпраці через проведення антитерористичної операції на сході країни та політичний клімат; нестача фінансових ресурсів для виведення товарів на світові ринки тощо. На нашу думку, прагнення влади та підприємців України якомога швидше інтегруватися до світової економічної системи містить, окрім переваг, і приховані ризики для учасників ЗЕД. Посилення міжнародної торгівлі може стимулювати спеціалізацію саме на основних видах сировини, що зводить нанівець прагнення країни підвищити рівень загального економічного зростання, а також скористатися перевагами відкритості. Тому потрібно запровадити наведені нами напрями удосконалення зовнішнього контролю ЗЕДТП для уникнення кризової ситуації у процесі здійснення ЗЕДТП.

Висновки. Представлені основні елементи системи зовнішнього контролю ЗЕДТП дають змогу констатувати, що для підвищення ефективності його проведення потрібно зменшити кількість державних контролюючих органів. Проведення зовнішнього контролю ЗЕДТП можливе за допомогою незалежного аудиту – більш ефективного, ніж державними органами контролю. Нами запропоновано програму проведення контролю ЗЕДТП, яка повинна забезпечити оперативною та надійною інформацією усіх зацікавлених осіб у процесі здійснення зовнішнього контролю ЗЕДТП.

Перспективою подальших досліджень є виокремлення сфер ЗЕДТП, за якими має бути посилено контрольні процедури в бухгалтерському обліку, що дасть змогу уникнути зловживань у процесі здійснення ЗЕДТП.

Список використаних джерел:

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17
3. Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.1993 р. № 3125-XII (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3125-12

4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-XII (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12/conv
5. Державна Служба Статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/zd/in_fiz/in_fiz_u/arh_in_fiz_15_u.htm
6. Білуха М.Т. Теорія фінансового-господарського контролю і аудиту: підручник / М.Т. Білуха. – К.: ПП «Влад і Влада», 1996. – 320 с.
7. Власова-захарченко М.С. Стратегічний аналіз експортно-імпортної діяльності України на світових ринках [Електронний ресурс] / М.С. Власова-захарченко // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – № 1(5). Том 2. – С. 45-52. – Режим доступу: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XE5yq0mwh_UJ:duan.edu.ua/uploads/vidavnitstvo-15-16/13541.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua
8. Дікань Л.В. Контроль у бюджетних установах: підруч. для вищ. навч. закл. / Л.В. Дікань. – Харк. нац. екон. ун-т. – Х.: ІНЖЕК, 2010. – 405 с.
9. Контроль і ревізія фінансових операцій: нав. посіб. для самостійного вивчення дисципліни / Дікань Л.В., Голуб Ю.О., Синочіна Н.В. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2011. – 232 с.
10. Корінько М.Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація: монографія / М.Д. Корінько. – К.: ДП «Інформ.-аналіт.агенство», 2007. – 429 с.
11. Крикунова В.М. Чинники, динаміка і структура зовнішньоекономічної діяльності підприємств України [Електронний ресурс] / В.М. Крикунова, С. В. Фомішин // Економічні інновації. – 2013. – №. 54. – С. 92-101. – Режим доступу: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4njIN9Do3YwJ:irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/ecinn_2013_54_14.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua
12. Орлик І.О. Проблеми та пріоритети розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств торгівлі України [Електронний ресурс] / І.О. Орлик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – № 22.2. – С. 216-221. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=nvnltu_2012_22.2_41
13. Редченко К.І. Контроль і аудит на стратегічному рівні управління підприємством: монографія / К.І. Редченко. – Львів: Видавництво ЛКА. 2011. – 360 с.

Аннотация. Рассмотрены основные элементы системы осуществления внешнего контроля внешнеэкономической деятельности торговых предприятий Украины (ВЭДПУ). Предложены основные направления его совершенствования. В частности, акцентировано внимание на действиях власти страны по предотвращению препятствий развитию ВЭДПУ и усилению внешнего контроля.

Ключевые слова: внутренний контроль, внешний контроль, внешнеэкономическая деятельность торговых предприятий, экспорт, импорт, Таможенный кодекс Украины, Налоговый кодекс Украины.

Summary. The article system of financial and economic control of foreign trade activities of enterprises Ukraine (FTAEU). Found out the measures used by the government to improve the external control FTAEU. An action of the country, which should be introduced in order to avoid interference of FTAEU and strengthening of external control.

Key words: internal control, external control, foreign trade activities of trading companies, export, import, Customs Code of Ukraine, the Tax Code of Ukraine.

УДК 657.1.655

Гавриловський О. С.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного обліку та аудиту
Київського національного економічного університет
імені Вадима Гетьмана

Гавриловська Л. М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Київського національного економічного університет
імені Вадима Гетьмана

Gavrilovsky O. S.
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of International Accounting and Auditing
Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

Gavrilovska L. M.
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation
Kyiv National Economics University named after Vadym Hetman

РЕГУЛЮВАННЯ АУДИТУ В КРАЇНАХ ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

REGULATION OF AUDIT IN EU COUNTRIES AND PROSPECTS FOR ITS DEVELOPMENT

Анотація. У статті проаналізовано останні дослідження щодо сучасного стану регулювання аудиту в країнах Європейського Союзу. Зроблено ретроспективний огляд основних напрямів регулювання аудиторської діяльності в європейському законодавстві. Охарактеризовано діяльність органів суспільного нагляду за аудиторською діяльністю. Розкрито трансформацію законодавства з удосконалення аудиторської діяльності. Розглянуто перспективи регулювання аудиту у країнах ЄС.

Ключові слова: інтеграція, регулювання аудиту, міжнародні стандарти аудиту, європейські вимоги, ретроспективний огляд, стандартизація аудиторської діяльності.

Постановка проблеми. Інтеграція країн, збільшення ролі ТНК, концентрація світового капіталу і безперервний процес злиття у сфері аудиторських послуг збільшують потребу в уніфікації міжнародних стандартів і правил для здійснення аудиторської діяльності. Постійне вдосконалення системи бухгалтерського обліку, зміни нормативно-правової бази і потреба в достовірній фінансовій інформації викликали необхідність створення єдиних стандартів і незалежних контрольних органів.

До аудиту, з огляду на його публічність та відкритість, висуваються підвищені вимоги в усьому світі. У класичній праці «Аудит Монтгомері» підкреслюється, що професія аудитора пов'язана із суспільними зобов'язаннями, які виходять за межі послуг, що надаються конкретному клієнту [3, с. 54].

Отже, аудитори повинні визнавати свою професійну відповідальність перед суспільством загалом, а держава може і повинна встановлювати певні правові гарантії, спрямовані на забезпечення якості аудиторських послуг, що підтверджується практикою інших країн, де інститут аудиту має більш давню історію (зокрема, і законодавством Європейського Союзу).

Ефективне функціонування ринку капіталів залежить від того, чи довіряють інвестори фінансовій звітності компаній. Чітко усвідомлюючи цей факт, а також роль аудиторів, які висловлюють думку про достовірність звітності, ЄС слідом за США та іншими країнами реагує на загрози, пов'язані зі втратою довіри до роботи аудиторів внаслідок її неналежної якості, звинувачень аудиторів у порушенні етичних норм, підриву конкуренції тощо.

Міжнародні стандарти аудиту (МСА) встановлюють єдині вимоги до проведення аудиту в різних країнах, ведення бухгалтерського обліку, оцінки його якості, формування фінансової звітності, а також підготовки кваліфікованих аудиторів.

Побудова системи аудиту за міжнародними стандартами в Європейському Союзі є однією із ключових тем обговорення. Для забезпечення успіху необхідна спільна робота на міжнародному рівні. У компаній, які пройшли лістинг, прийняли міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ, IFRS), тепер основна мета – прийняття міжнародних стандартів аудиту (International Standards on Auditing, ISA).

Актуальним є питання інтеграції України до Євросоюзу, що вимагає трансформації законодавства, посилення контролю якості аудиту та вдосконалення аудиторської діяльності, щоб увійти у межі міжнародних стандартів та європейських вимог.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання аудиторської діяльності постійно перебувають у центрі уваги науковців. Дослідженням цієї теми займаються такі вчені, як О. Петрик, В. Сопко, Ф. Бутинець, Г. Давідов, М. Кужельний,

А. Кузьмінський, В. Рудницький, В. Савченко, В. Лисина, В. Чая, О. Тараній, О. Макарчук, Н. Шалімова, Л. Кінашук, О. Андросова, Н. Антоненко, О. Смірнова та ін.

В умовах інтеграції України до Євросоюзу дослідження регулювання аудиторської діяльності в країнах Європейського Союзу є актуальним та потребує узагальнення.

Метою статті є аналіз основних тенденцій регулювання аудиту в європейському співтоваристві.

Виклад основного матеріалу. Проблеми аудиту досліджуються багатьма вченими, але більшість публікацій та досліджень присвячені в основному методології аудиту та практичним аспектам методики перевірки окремих об'єктів, і саме з цих позицій розглядаються проблеми підвищення якості аудиту.

Питання аудиторської діяльності постійно перебувають у центрі уваги науковців. Із позиції розвитку аудиту як важливого суспільного інституту варто виокремити праці О.А. Петрик та Г.М. Давидова. О.А. Петрик представлені етапи розвитку аудиту за такими критеріями, як функції та завдання аудиторів, замовники аудиту, користувачі інформації, ставлення суспільства до професії аудитора тощо [4, с. 18], запропоновані етапи та елементи процесу створення інституту аудиту в Україні. Багато інших науковців розглядають питання аудиту, але загалом дослідження у сфері регулювання аудиту у країнах ЄС є фрагментарними, проблемам підвищення якості обов'язкового аудиту через встановлення додаткових, більш суворих вимог, які відповідають європейським вимогам, увага приділяється недостатньо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій у фахових періодичних виданнях дає можливість виокремити тенденції у роботах сучасних українських науковців. Так, Антоненко Н.В. розглядає стандарти аудиту Європейського Союзу через їх вплив на розвиток аудиту в Україні. Автор відзначає, що метою реформування аудиту є підвищення якості надання послуг, що повинні відповідати стандартам Європейського Союзу, обґрунтовує, що внесення змін у Національні стандарти наближає вітчизняний аудит до міжнародного рівня [2].

О.Ф. Андросова у своїй науковій діяльності приділяє увагу стандартизації аудиторської діяльності у країнах ЄС та Україні, звертає увагу на стандарти Європейського Союзу щодо аудиторської діяльності (зокрема, на директиву 2006/43/ЄС) [1].

Отже, беручи до уваги проведений огляд наукових публікацій щодо організації та регулювання аудиторської діяльності у зарубіжних країнах (зокрема, країнах ЄС) та Україні, звернемося до дослідження регулятивних документів ЄС у сфері аудиту.

Першим документом Європейського Співтовариства у сфері регулювання аудиторської діяльності була Восьма Директива Ради ЄС (84/253/ЄС) про порядок затвердження осіб для проведення обов'язкового аудиту фінансової звітності в країнах-членах ЄС, прийнята 10 квітня 1984 року [5]. Основні принципи регулювання діяльності аудиторів та аудиторських фірм, включаючи вимоги обов'язковості державної реєстрації аудиторів та дотримання ними норм професійної етики, які містилися у 8-й Директиві, були обов'язковими для виконання країнами-членами ЄС.

Брак гармонізованого підходу до обов'язкового аудиту у Співтоваристві став причиною внесення Єврокомісією пропозицій у вигляді Повідомлення від 8 травня 1998 року (№ 98/С) щодо обов'язкового аудиту у Європейському Союзі (Communication from the Commission on the statutory audit in the European Union: the way forward (98/C 143/03). Відповідно до вимог цього документу в Євросоюзі був створений Комітет з аудиту (Audit Regulatory Committee – AuRC), який займається питаннями співпраці між професійними організаціями країн ЄС, розробляє подальші заходи у тісній співпраці з представниками аудиторської та бухгалтерської професій та державами-членами, обговорює шляхи і методи, які би сприяли поліпшенню якості аудиту.

У результаті розвитку в наступне десятиріччя аудиторської професії та зростання ролі аудиту положення 8-ї Директиви виявилися недостатніми, що стало поштовхом у 1996 році до всебічного розгляду комісією Європейського Співтовариства стану регулювання аудиторської діяльності в країнах-членах ЄС. Підсумком виконаної роботи стало прийняття Пояснювального меморандуму до проекту змін до 8-ої Директиви Ради Європи 84/253/ЄЕС від 10 квітня 1984 року [5], а в травні 2006 року – самої Директиви 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 17 травня 2006 року про обов'язковий аудит річної звітності та консолідованої звітності [2] (DIRECTIVE 2006/43/EC on statutory audit of annual accounts and consolidated accounts [7]) (далі – Директива 2006/43/ЄС).

Крім Директиви 2006/43/ЄС, продовжують діяти раніше прийняті Рекомендації Єврокомісії:

1. Рекомендації комісії Європейського Співтовариства щодо мінімальних вимог до якості аудиту, який виконується офіційним аудитором, від 15 листопада 2000 року 2001/256/ЄС [6].

2. Рекомендація комісії Європейського Співтовариства від 16 травня 2002 року 2002/590/ЄС «Незалежність аудиторів в ЄС: набір фундаментальних принципів» (Commission Recommendation of 16 May 2002 2002/590/EC «Statutory Auditors Independence in the EU: A Set of Fundamental Principles») [6].

Ці Рекомендації сформульовані більш детально, ніж кореспондуючі положення Директиви, але, на відміну від Директиви, не є обов'язковими для виконання державами-членам ЄС.

Крім того, постійно публікуються документи, призначені для публічного обговорення, в яких піднімаються проблеми ролі аудиту в сучасному суспільстві, контролю якості аудиторської діяльності, незалежності аудиторів. Директива 2006/43/ЄС як загальний всеосяжний документ, що законодавчо регулює аудиторську діяльність в країнах ЄС, спрямована на підвищення рівня прозорості інформації, яка наводиться у фінансовій звітності, є напрямом підвищення якості аудиту та його значущості. Це завдання розглядається як досить суттєве для ринків капіталу ЄС, а прийняття цієї Директиви повинно розглядатися як частина більш широких заходів, здійснюваних ЄС у межах плану дій із питань надання фінансових послуг.

Варто підкреслити, що основна увагу в Директиві 2006/43/ЄС та в інших європейських документах приділяється вимогам до обов'язкового аудиту. Для характеристики ситуацій, в яких проводиться обов'язковий аудит, застосовується термін «суб'єкти суспільного інтересу» («public interest entities»), тобто вважається, що ступінь значущості суспільних (публічних) інтересів має визначати тих суб'єктів, які повинні в обов'язковому порядку піддягати щорічному аудиту.

Після прийняття Директиви в подальші роки основна увага була приділена таким питанням, як:

– процедури переходу до застосування єдиних міжнародних стандартів аудиту;

– запровадження систем суспільного нагляду за аудиторською діяльністю;

– порядок співпраці між державами-членами у сфері суспільного нагляду за аудиторською діяльністю;

– запровадження зовнішніх систем забезпечення якості;

– встановлення обґрунтованих норм відповідальності аудиторів та порядку її страхування.

Ключовим пунктом Директиви є перехід до міжнародних стандартів аудиту (МСА), насамперед тому, що європейські компанії, акції яких вільно продаються та купуються на фондових біржах, вже перейшли до публікації звітності, складеної за вимогами Міжнародних стандартів фінансової звітності, отже, і в аудиті необхідно рухатися в цьому напрямі.

Держави-члени можуть застосовувати національний аудиторський стандарт доти, доки Комісія не схвалить міжнародний стандарт аудиту з того самого питання. Схвалені міжнародні стандарти аудиту оприлюднюються в повному обсязі кожною з офіційних мов Співтовариства в Офіційному віснику Європейського Союзу. Комісія схвалює міжнародні стандарти аудиту для застосування у Співтоваристві лише в тому разі, якщо вони були розроблені відповідно до встановленої процедури під суспільним контролем в умовах прозорості та є загальноприйнятими в міжнародному масштабі, забезпечують високий рівень достовірності та якості річної або консолідованої звітності, сприяють суспільній користі в Європі.

Зазначимо, що лише 56% із країн-членів ЄС застосовують національні аудиторські стандарти, які загалом базуються на чинних МСА, але враховують і вимоги національного законодавства з метою покращення якості аудиту. Решта країн-членів ЄС застосовують національні стандарти, які значною мірою відрізняються між собою та від вимог МСА зокрема. Введення МСА повинно усунути розходження в стандартах аудиту між країнами та зменшити розходження між національним законодавством та МСА.

У 2010 році Єврокомісія опублікувала документ, призначений для публічного обговорення, в якому були порушені проблеми ролі аудиту в сучасному суспільстві, комунікацій аудиторів з акціонерами, застосування Міжнародних стандартів аудиту, контролю якості аудиторської діяльності, незалежності аудиторів, запровадження системи суспільного нагляду, міжнародного співробітництва та умов функціонування суб'єктів аудиторської діяльності, які можуть бути віднесені до категорії «малі» та «середні», – GREEN PAPER «Audit Policy: Lessons from the Crisis» [8] (Зелена Книга «Політика в сфері аудиту: Уроки кризи»). Цей документ став основою для розроблення рекомендацій щодо регулювання обов'язкового аудиту суб'єктів суспільних інтересів та пропозицій щодо внесення змін до Директиви 2006/43/ЄС.

У результаті в 2014 році була прийнята Директива щодо внесення змін (Directive 2014/56/EU of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 amending Directive 2006/43/EC on statutory audit of annual accounts and consolidated accounts [7]) та відповідний Регуляторний акт щодо специфічних вимог до обов'язкового аудиту суб'єктів публічного інтересу (Regulation (EU) № 537/2014 of the Europen Parliament and of the Council of 16 April 2014 on specific requirements regarding statutory audit of public-interest entities and repealing Commission Decision 2005/909/EC [9]). Ці документи містять більш жорсткі вимоги щодо таких питань, як аудиторський гонорар, заборона надання інших послуг під час проведення обов'язкового аудиту, дотримання незалежності, контроль якості виконання завдання, забезпечення прозорості діяльності суб'єктів аудиторської діяльності, зовнішній контроль якості з боку компетентних органів. Передбачені зміни щодо структури та наповнення аудиторського звіту з метою підвищення його інформативності та регламентована необхідність подання додаткового звіту до аудиторського комітету та наглядачів суб'єкта публічного інтересу.

Ефективний суспільний (громадський) нагляд за аудиторською професією є вирішальним елементом у підтримці і посиленні довіри до діяльності аудиторів з боку громадськості. Сьогоднішній брак такої довіри частково базується на тому факті, що громадськість сприймає професію аудитора як саморегулюючу та як таку, якій притаманний серйозний ризик конфліктів інтересів, що і породжує недоліки у їхній роботі. Отже, надійним і необхідним елементом професійної діяльності аудитора є суспільний (громадський) нагляд.

Регулярні перевірки є певним гарантом постійно високої якості обов'язкових аудиторських перевірок. Отже, до аудиторів та аудиторських фірм має застосовуватися система забезпечення якості, організована так, щоб забезпечити її незалежність від аудиторів і аудиторських фірм, які контролюються.

Аудитори та аудиторські фірми відповідають за виконання своєї роботи з належною ретельністю, тому вони мають відповідати за фінансові збитки, спричинені браком належної обачності. Водночас здатність аудиторів та аудиторських фірм отримувати страхове покриття професійної відповідальності може залежати від того, чи несуть вони необмежену відповідальність.

Для впровадження ISA в Євросоюзі необхідно забезпечити ефективне керівництво з боку влади, головним завданням якої є забезпечення прозорості та доступності стандартів для їх користувачів. Державне регулювання аудиту повинно проходити за схемою, розробленою Радою з міжнародних аудиторських і гарантуючих стандартів (Internetional Auditing and Assurance Standards Board, IAASB) і Радою з нагляду за громадським інтересом (Public Imterest Oversight Board, PIOB).

У таких європейських країнах, як Австрія, Іспанія, Франція, Німеччина поширена концепція державного регулювання, за якої аудиторська діяльність суворо регламентується центральними органами. А концепція саморегулювання, згідно з якою аудиторська діяльність регулюється переважно громадськими аудиторськими об'єднаннями й орієнтована на споживання інвесторів, акціонерів, кредиторів, розвинена у Великобританії.

Водночас Міжнародні стандарти аудиту не відміняють національні положення, що існують у низці країн світової економіки.

Застосовувати міжнародні стандарти аудиту як національні можуть тільки ті країни, які є членами Міжнародної федерації бухгалтерів – МФБ (Internetional Federation of Accountants, IFAC), яка складається з 173 членів зі 129 країн і юрисдикцій.

Аналізуючи стандарти МСА, можна дійти висновку, що за їх прийняття в ЄС порівняно з національними стандартами аудиту в таких країнах, як Німеччина, Нідерланди, Швеція, Великобританія та Ірландія, не відбувається фундаментальних змін в аудиторській діяльності.

Висновки. Узагальнюючи представлене дослідження, можна виокремити такі основні напрями регулювання аудиторської діяльності в ЕС за останні роки, як:

1. Гармонізація, уніфікація вимог до аудиторів, аудиторських фірм та механізмів регулювання аудиту.

2. Перегляд, упорядкування, встановлення більш жорстких норм, особливо у сфері обов'язкового аудиту, як щодо суб'єктів аудиторської діяльності, так і щодо самих суб'єктів суспільного інтересу, діяльність яких підлягає обов'язковому аудиту.

3. Посилення вимог щодо контролю якості діяльності аудиторів та аудиторських фірм.

4. Рух у бік обмеження цивільної відповідальності аудиторів, які виконують обов'язковий аудит суб'єктів суспільного інтересу.

Таким чином, регулювання аудиторської діяльності в Європейському Співтоваристві, з одного боку, відповідає загальносвітовим тенденціям у частині стандартизації, встановлення підвищених вимог до незалежності, запровадження систем контролю якості діяльності аудиторів та аудиторських фірм, а з іншого боку, має на меті стимулювання конкуренції на ринку аудиту великих компаній шляхом обмеження відповідальності аудиторів.

Європейське законодавство вимагає запровадження європейської системи контролю якості послуг, і цього потребує ринок аудиторських послуг в Україні. Зміни до законодавства про аудиторську діяльність спрямовані на адаптацію національного законодавства до стандартів Європейського Союзу, підвищення якості аудиторських послуг, надання інвесторам, власникам і контролюючим органам достовірної та підтвердженої інформації про результати діяльності підприємств, що сприятиме поліпшенню інвестиційного клімату в Україні. Важливою проблемою аудиторського ринку є і те, що нинішня система сертифікації недосконала і сама по собі не може необхідною мірою гарантувати якість підготовки аудитора, тому до вибору аудитора не можна підходити формально, орієнтуючись тільки на його сертифікат.

Таким чином, має бути забезпечена прозорість діяльності Аудиторської палати України шляхом розмежування функцій нагляду, сертифікації і контролю якості послуг аудиторів. Також необхідне підвищення прозорості бізнес середовища для збільшення обсягів залучених у національну економіку як зовнішніх, так і внутрішніх капіталовкладень.

Список використаних джерел:

1. Андросова О.Ф. Стандартизація аудиторської діяльності в країнах ЄС та Україні / О.Ф. Андросова, Ю.В. Аркатова // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 256-259.
2. Антоненко Н.В. Розвиток аудиту в Україні до стандартів Європейського Союзу / И.В. Антоненко, В.С. Хоменко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2015. – № 4. – С. 342-346.
3. Аудит Монтгомери / Ф.Л. Дефлиз, Г.Р. Дженик, В.М. О'Рейли, М.Б. Хирш, Пер. с англ. под ред. Я.В. Соколова. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 542 с.
4. Петрик О.А. Аудит: методологія і організація: Монографія / Олена Анатоліївна Петрик. – К.: КНЕУ, 2003. – 260 с.
5. Пояснювальний меморандум до проекту змін до 8-ої Директиви Ради Європи 84/253/ЄС від 10 квітня 1984 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uazakon.com/document/
6. Рекомендації Комісії Європейського Співтовариства щодо мінімальних вимог до якості аудиту офіційним аудитором від 15 листопада 2000 року 2001/256/ЄС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/
7. Directive 2014/56/EU of the European Parliament and of the Council of 16 April 2014 amending Directive 2006/43/EC ON STATUTORY AUDIT OF ANNUAL ACCOUNTS AND CONSOLIDATED ACCOUNTS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eur-lex.europa.eu/
8. GREEN PAPER «Audit Policy: Lessons from the Crisis» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec. europa.eu/
9. Regulation (EU) NO 537/2014 of the Europen Parliament and of the Council of 16 April 2014 on specific requirements regarding statutory audit of public-interest entities and repealing Commission Decision 2005/909/EC. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://eur-lex.europa.eu/

Аннотация. В статье проанализированы последние исследования относительно современного состояния регуляции аудита в странах Европейского Союза. Сделан ретроспективный обзор основных направлений регуляции аудиторской деятельности в европейском законодательстве. Охарактеризована деятельность органов общественного надзора за аудиторской деятельностью. Раскрыта трансформация законодательства по совершенствованию аудиторской деятельности. Рассмотрены перспективы регуляции аудита в странах ЕС.

Ключевые слова: интеграция, регулирования аудита, международные стандарты аудита, европейские требования, ретроспективный обзор, стандартизация аудиторской деятельности.

Summary. The last researches are in-process analysed in relation to the modern consisting of adjusting of audit of countries of European Union. The retrospective review of basic directions of adjusting of public accountant activity is done in the European legislation. Activity of organs of public supervision is described after public accountant activity. Transformation of legislation is exposed on perfection of public accountant activity. The prospects of adjusting of audit are considered in the countries of ES.

Key words: integration, audit regulation, international standards of audit, European requirements, retrospective review, standardization of audit activity.

УДК 332.62(477.7):339.9

Ганцура А. В.
студентка
Індустріального інституту
Донецького національного технічного університету

Коваленко Н. В.
студентка
Індустріального інституту
Донецького національного технічного університету

Hantsura A. V.
student
Industrial Institute
Donetsk National Technical University

Kovalenko N. V.
student
Industrial Institute
Donetsk National Technical University

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ДРОПШИППІНГУ В СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

FEATURES OF MARKETING DROPSHIPPING IN THE SYSTEM OF ELECTRONIC COMMERCE

Анотація. Дропшиппінг сьогодні стрімко завойовує інтернет і перетворюється в один з основних інструментів маркетингу в електронній комерції. У статті розкриваються маркетингові особливості, механізми та значення дропшиппінгу в умовах мережевої економіки XXI століття. Автори проводять порівняльний аналіз інституційного розвитку дропшиппінгу в США та Україні.

Ключові слова: електронна комерція, маркетинг, інтернет-маркетинг, дропшиппінг, електронна торгівля.

Постановка проблеми. Скорочення числа традиційних посередників в електронній комерції привело до появи нового виду підприємницької діяльності – дропшиппінгу. Цей вид поєднується практично з усіма формами електронної комерції, представляючи собою одночасно систему комерційних взаємин і новий спосіб побудови мереж руху товару в маркетингу.

Дропшиппінг – порівняно нове явище в економічній практиці, про існування якого ще 8-10 років знали лише дуже вузькі спеціалісти. У літературі проблема дропшиппінгу розкрита недостатньо [1, с. 50]. Тому розгляд особливостей маркетингового дропшиппінгу в системі електронної комерції є дуже актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розроблення інфраструктури дропшіппінгу зробили провідні вчені Т. Кент, О. Омар, Г. Мейнарда, В. Вейдлер і Т. Бекман та інші. Але поза їхньою увагою залишаються питання про необхідність реєстрації діяльності в податкових органах. За малих обсягів, можливо, на вас не звернуть увагу, але за частих надходжень на банківські рахунки і активної реклами ви, безсумнівно, привернете увагу відповідних служб. Крім цього, постачальники, особливо іноземні, можуть відмовити вам в укладанні договору. Щоб цього не сталося, ви можете зареєструватися як індивідуальна особа-підприємець або фізична особа-підприємець на спрощену систему оподаткування [2, с. 96].

Мета статті. Маркетинг у дропшиппінгу має в основному пасивний характер, обмежуючись вибором торгових майданчиків (форумів, соціальних мереж тощо) й інформуванням потенційних споживачів про особливості товару. В умовах вільної конкуренції і рівних маркетингових можливостей основним фактором маркетингової ефективності стає рівень індивідуальної компетентності, практичні знання та навички дропшиппера. Метою статті є розгляд особливостей маркетингового дропшиппінгу в системі електронної комерції та розроблення пропозицій щодо удосконалення цього напряму діяльності.

Виклад основного матеріалу. Дропшиппінг (dropshipping) у перекладі з англійської означає «прямі поставки». Вперше дропшіппінг був описаний в 1927 році американськими маркетологами Х. Мейнардом, В. Вейдлером і Т. Бекманом в підручнику «Принципи маркетингу». Саме тому батьківщиною дропшіппінгу прийнято вважати США.

Дропшиппінгом можна назвати форму посередницької діяльності, що бурхливо розвивалася в Україні на початку 1990-х рр. на тлі загального дефіциту та гіперінфляції. Тому дивно, що така примітивна форма підприємництва отримала несподіване продовження в епоху електронної комерції.

Серед переваг дропшиппінгу варто виокремити такі:

1. Дропшипперу не потрібні складські приміщення. Все, що потрібно для організації продажів – персональний комп'ютер з виходом в мережу Інтернет і наявність постачальника.

2. Всі турботи з відправки товару бере на себе постачальник. Він же надає номер для відстеження поштового відправлення, організовує гарантійне і післягарантійне

обслуговування, здійснює заміну бракованої продукції і надає необхідну інформацію про товар.

3. Дропшиппер має можливість співпрацювати з будь-якою кількістю постачальників одночасно. У нього немає ніяких обмежень ні за асортиментом пропонованої продукції, ні за обсягом, ні за географією продажів.

4. Дропшиппер за рахунок відвантаження постачальником товарів від його імені має можливість самостійно створювати і просувати торговельні марки в Інтернеті [3].

Крім того, дропшиппінг як різновид електронної комерції використовує деякі елементи маркетингової технології прямих продажів. Використовуючи переваги інтернет-комунікацій, він істотно спрощує технології управління продажами.

Сучасний дропшиппінг як різновид електронної комерції має ті ж специфічні особливості:

1. Реалізація заходів, що належать до елемента комплексу маркетингу «Розподіл» (Place), є невід'ємною прерогативою дропшипперів. Можливості постачальника тут вкрай обмежені і зводяться до побудови єдиної логістичної схеми прийому й обробки замовлень. Основне навантаження з організації продажів лягає на плечі дропшипперів. Саме вони є активним елементом системи руху товару в дропшиппінгу, на свій страх і ризик освоюючи нові цільові ринки, торгові майданчики, платіжні системи і т. д.

2. Елементи комплексу маркетингу «Ціна» (Price) є найважливішим фактором забезпечення конкурентоспроможності в дропшиппінгу. Основна маса покупців звертається до електронної торгівлі в надії знайти більш низьку ціну на товар, ніж у традиційній торгівлі. Причому ціна є насамперед маркетинговим інструментом постачальника, оскільки дропшиппери отримують товари за єдиними відпускними цінами.

3. Елемент комплексу маркетингу «Товар» (Product) має в дропшиппінгу другорядне значення. Це зумовлено тим, що дропшиппери не володіють товаром і не можуть самостійно визначати параметри пропозиції. Їхні маркетингові можливості обмежуються формуванням торгового асортименту.

4. Реалізація заходів, що належать до елемента комплексу маркетингу «Просування» (Promotion), в основному є прерогативою постачальників (виробників) товару. Дропшиппери практично не займаються рекламними заходами. Їхні можливості обмежуються маркетинговим інструментарієм, що надається провайдерами послуг інтернет-торгівлі (соціальними мережами, торговими майданчиками і т. д.). При цьому частково функції з просування товарів приймають на себе провайдери.

Торгова інфраструктура дропшиппінгу значно відрізняється від інфраструктури у традиційній торгівлі. Дропшиппінг більше нагадує ярмаркову торгівлю з великим числом роздрібних продавців і покупців. «Розміри замовлених через Інтернет партій товарів набагато менші, але їх число – набагато більше...», – відзначають Т. Кент і О. Омар [3].

Практично ніхто з дропшипперів не в змозі самостійно виконувати функції традиційної торгівлі (зберігання і сортування товару, відвантаження продукції і т. д.). Тому рівень розвитку дропшиппінгу визначається рівнем розвитку супутніх сервісних логістичних послуг. Можна виділити три основні види сервісних послуг, без яких сучасний дропшиппінг неможливий: інтернет-комунікації, платіжні операції і транспортні послуги.

Дропшиппінг не є визначальним фактором існування жодного з перерахованих сервісів. Ці сервіси не здатні навіть відокремити дропшипперів від звичайних користувачів. Однак їх наявність у сукупності неминуче веде до виникнення і розвитку дропшиппінгової торгівлі:

1. Інтернет-комунікації забезпечують у дропшиппінгу 99,9% всіх комунікацій з постачальниками, партнерами і споживачами. Сучасний дропшиппінг без Інтернету існувати не може. У відносинах із постачальниками вони використовуються для пошуку постачальників, розміщення замовлень і рекламацій. Причому у всіх ситуаціях дропшиппер залежить від якості та своєчасності виконання заявок постачальником.

2. Платіжні операції забезпечують у дропшиппінгу найважливішу функцію – забезпечення грошових потоків. На відміну від традиційної торгівлі грошові потоки виробляються тут у вигляді приватних грошових переказів. В умовах української дійсності дропшиппінгові угоди виробляються фактично поза правовим полем і податковим контролем. Виступаючи в ролі приватних осіб (у кращому разі – індивідуальних підприємців), дропшиппери не використовують традиційні для юридичних осіб методи здійснення грошових переказів.

3. Транспортні послуги завершують тріаду основних чинників, що забезпечують існування дропшиппінгу. Тривалі терміни поставок традиційно є суттєвою перешкодою для залучення покупців у сфері електронної комерції [4]. Максимум, що можуть зробити дропшиппери – запропонувати покупцям на вибір послуги різних транспортних провайдерів. У дропшиппінгу рішення цієї проблеми лягає на плечі постачальників, які взаємодіють із транспортними провайдерами й організують доставку товару. При цьому саме дропшиппери несуть перед покупцями відповідальність за своєчасність поставок, виступаючи перед покупцями як постачальники.

Доставка товару може здійснюватися з використанням послуг «Нової пошти», «Укрпошти» та ін. через проміжні склади і поштомати, а також швидкісною поштою або транспортною компанією на вибір покупця. Завдання як дропшипперів, так і постачальників полягає в тому, щоб надати потенційним споживачам вичерпну інформацію про вартість, способи та умови поставки товару. Ідеальною є така ситуація, коли проблеми доставки сприймаються споживачами «як інші рівні» і вони не замислюються про їх вирішення.

Специфіка дропшиппінгу полягає в тому, що він однаково комфортно розвивається на будь-якій торговельній платформі. Дропшиппінг цілком обходиться наявними інтернет-сервісами, призначеними для некомерційного використання приватними особами. У цьому полягає базова конкурентна перевага дропшиппінгу перед іншими видами як традиційної, так і електронної комерції.

1. Соціальні мережі. У соціальних мережах дропшиппінг є чи не основним методом організації продажів. Наприклад, переважна частина комерційних груп соціальної мережі «Вконтакте» є різновидом дропшиппінгової торгівлі.

2. Сервіси колективних покупок. Дропшипперами виступають організатори сервісів. Вони приваблюють потенційних клієнтів можливістю придбання товарів зі знижками, колективної участі в оптових розпродажах і т. д.

3. Інтернет-форуми. На інтернет-форумах дропшиппінг менш поширений, зважаючи на їх непристосованість для ведення електронної торгівлі. Найчастіше там обговорюються питання застосування дропшиппінгу і розміщуються посилання на інтернет-ресурси, пов'язані з дропшиппінговою торгівлею.

4. Інтернет-сайти. Використання інтернет-сайтів з метою дропшиппінгової комерції дуже поширене в мережі. Дропшиппінгова торгівля на рівних конкурує з іншими видами інтернет-торгівлі: торговими ресурсами виробників та інтернет-ритейлом.

5. Торговельні майданчики. На торговельних майданчиках дропшиппінг займає значну частку в загальному обсязі продажів. Відмінною рисою дропшипперів на українських торгових майданчиках є великий товарний асортимент і поставка товарів із-за кордону. Далеко не всі проекти в галузі дропшиппінгу вдалі. Однак традиційна для України низька плата за виставляння товарів робить дропшиппінг майже беззбитковим видом електронної комерції.

6. Псевдо-шоуруми являють собою гібридну форму традиційної торгівлі і дропшиппінгу. Від дропшиппінгу вони успадкували методи роботи з постачальниками, а від традиційної торгівлі – наявність резервних товарних запасів і особисте спілкування продавця (дропшиппера) з покупцями. Завдяки великій кількості клієнтів псевдо-шоуруми можуть дозволити собі створення резервних запасів високоліквідного товару під забезпечення потенційного попиту. Причому інколи покупець може придбати товар негайно за вищою ціною.

Американська практика дропшиппінгу. Специфіка застосування дропшиппінгу в США зумовлена тим, що дропшиппінг як форма маркетингу сформувався там ще на початку XX століття. Одна з перших згадок про дропшиппінг відноситься до 1927 року, коли американські маркетологи Г. Мейнард, В. Вейдлер і Т. Бекман зробили його докладний опис [5, с. 65].

Згідно з їх трактуванням, «дропшиппер має офіс, але не склад, оскільки він не володіє фізичними товарами... він приймає на себе право власності на товар і відповідальність за відвантаження» [6, с. 90]. При цьому зазначалося, що «дропшиппер є найважливішим оптовим торговцем з обмеженою функцією обслуговування» [6 с. 110].

На ринку США активно діють понад 1000 дропшипперів з обсягом продажів 475 млн. доларів, що становить близько 2% від загального обсягу оптової торгівлі. Основна частина (близько 90%) дропшипперів торгувала вугіллям і коксом. Середньостатистична частка трансакційних витрат дропшипперів, зумовлена відмовою від дорогих функцій (складування, вантажно-розвантажувальних робіт і т. д.), становила близько 6,4% від загального обсягу продажів проти 21,0% у повнофункціональних оптових торговців [6, с. 250].

Стримувало розвиток дропшиппінгу і негативне ставлення до нього багатьох постачальників того часу, які неохоче йшли на угоди з дропшипперами. Їх не влаштовувало прагнення дропшипперів перекладати найважливіші функції оптової торгівлі на постачальників. Насамперед це стосувалося додаткового зберігання зарезервованого товару і ризику, пов'язаного зі старінням товару (наприклад, сільськогосподарської продукції). Дропшиппери з метою протидії неприйняття постачальниками змушені були закуповувати товар заздалегідь, відкладаючи поставку до його перепродажу.

Однак, незважаючи на висококонкурентні умови існування, дропшиппінг значно збільшив свою частку в загальному обсязі галузевої оптової торгівлі. Так, до 2015 року в США нараховувалося вже близько 2600 дропшипперів із загальним обсягом продажів 2,2 млрд. доларів.

Варто відзначити стабільну тенденцію зближення показників трансакційних витрат у дропшипперів і повнофункціональних оптових торговців. Якщо в 2015 році трансакційні витрати становили близько однієї третини відповідних витрат повнофункціональних оптових торговців, то до 2016 року цей показник перевищив половину. Це пояснюється розвитком комунікативних каналів і доступністю дропшиппінгових технологій для всіх учасників ринку [7].

Сьогодні на ринку США можна бачити найрізноманітніші види дропшиппінгу. Однак домінуючим напрямом в американському дропшиппінгу є не продаж товарів кінцевим споживачам, а ієрархічний розвиток інфраструктури дропшиппінгу. Такий розвиток полягає у формуванні на ринку великих дропшипперів, що надають відповідні послуги дрібним дропшипперам.

Дрібні дропшиппери через свою неорганізованість не в змозі самостійно здійснювати пошук постачальників і пропонувати їм привабливі умови співпраці. Цим користуються сервісні структури, які надають посередницькі послуги як постачальникам, так і дрібним дропшипперам, фактично монополізуючи сферу міжфірмових комунікацій.

Як приклад можна привести одну з найбільших в США дропшиппінгову інтернет-компанію «Doba», засновану в 2002 році [10]. Ця компанія спеціалізується на комплектуванні асортименту інтернет-магазинів за схемою дропшиппінгу.

Функції дропшипперів, які співпрацюють із компанією «Doba», зводяться до розміщення торгових пропозицій в мережі Інтернет, а також у зборі й обробці замовлень. При цьому дропшипперам категорично забороняється самостійно контактувати з постачальниками, незважаючи на те, що за даними журналу «Inc.» [11] компанія «Doba» входила в 2007-2009 рр. в число найбільш швидкозростаючих компаній США.

Можна припустити, що компанія «Doba» не володіє постійною клієнтською базою, виступаючи як «пастка для новачків». Водночас саме такі сервіси «посередників для посередників» показують у США найкращі фінансові результати.

В Україні розвиток дропшиппінгу починався з соціальних мереж, інтернет-аукціонів та інтернет-сайтів. Всі три напрями розвивалися паралельно. По суті, тут йдеться про три окремі різновиди каналів збуту, спрямовані на три окремі цільові аудиторії. У кожного з цих каналів є своя логіка внутрішнього розвитку, свій потенціал і перспективи зростання.

1. Соціальні мережі стали інструментом залучення клієнтів у співтовариства, зацікавлені в колективному придбанні товарів безпосередньо від зарубіжних постачальників. Крайньою формою такої самоорганізації стали згодом псевдо-шоуруми.

2. Інтернет-аукціони дали змогу дропшипперам отримати готову цільову аудиторію для просування товарів. Еволюціонування інтернет-аукціонів в електронні торгові майданчики привело до еволюціонування найбільш успішних дропшипперів у власників спеціалізованих інтернет-магазинів на торгових майданчиках.

3. Дропшиппінгові інтернет-сайти, які отримали на початковому етапі широке поширення, поступово втрачають домінуючу роль в електронній комерції. Вони не можуть конкурувати з електронними торговими майданчиками ні за розміром цільової аудиторії, ні за ступенем довіри споживачів, ні за рівнем сервісних послуг.

Висновки. Сьогодні дропшиппінг в Україні – це масове явище, що бурхливо розвивається, яке має величезний вплив на розвиток електронної комерції. Потенціал дропшиппінгу як принципово нового підходу до організації продажів ще далеко не вичерпаний і навряд чи буде вичерпаний в найближчі роки. Тому головне завдання сьогодні полягає в тому, щоб не упустити нові можливості в організації продажів, що надаються дропшиппінгу в інтернеті. Загалом українська модель дропшиппінгу стала наслідком інституційного розвитку вітчизняної електронної комерції та електронних комунікацій. Її не

можна назвати унікальною або такою, що володіє якимись специфічними національними особливостями. Для формування власної моделі дропшиппінгу в Україні не склалися економічні умови: тут немає такого платоспроможного споживчого попиту, як в США, чи такої товарного пропозиції, як у Китаї.

Однак у дропшиппінгу в Україні є і свої суттєві переваги. Віртуальність інтернет-простору скасовує багато обмежень традиційної торгівлі. У результаті абсолютно всі дропшиппери мають рівні можливості як для освоєння як українського, так і зарубіжних ринків у межах сформованих глобальних інституційних відносин.

Список використаних джерел:

1. Кент Т., Омар О. Роздрібна торгівля. – М.: Юніті-Дана, 2007. – С. 697.
2. Маркетинг: підручник для магістрів, аспірантів та фахівців, які здійснюють маркетингову діяльність / [І.М. Сіняява и др.]. – Москва: Вузівський підручник: Инфра-М, 2013. – 383 с.
3. Сайт дропшіппінговой компанії «Doba» (США). [Електроний ресурс] – режим доступу: http://www.doba.com
4. Сайт інтернет-журналу «Inc.» [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://www.inc. com/about/index.html
5. Калужский // ЭКО: Всероссийский экономический журнал. – 2013. – № 2. – С. 128-141.
6. Прокшіна Т.П. Маркетинг: підручник / Т.П. Прошкіна. – Ростов-на-Дону: Фенікс, 2010. – 314 с.
7. Електронна торговельна площадка «Alibaba». [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://www.aliexpress.com
8. Сайт логістичної служби «PFC Express». [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://www.parcelfromchina.com
9. Сайт компанії «Dropshipping Global Services Limited». [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://www.dropshipgs.com
10. Українська версія сайту «AliExpress». [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://ru.aliexpress.com
11. Офіційна група Aliexpress.com. [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://vk.com/official_aliexpress

Аннотация. Дропшиппинг сегодня стремительно завоевывает интернет и превращается в один из основных инструментов маркетинга в электронной коммерции. В статье раскрываются маркетинговые особенности, механизмы и значение дропшиппинга в условиях сетевой экономики XXI века. Авторы проводят сравнительный анализ институционального развития дропшиппинга в США и Украине.

Ключевые слова: электронная коммерция, маркетинг, интернет-маркетинг, дропшиппинг, электронная торговля.

Summary. Dropshipping today is rapidly winning the Internet and becoming one of the main marketing tools in e-commerce. The article reveals marketing features, mechanisms and values of dropshipping in the conditions of the network economy of the XXI century. The authors conduct a comparative analysis of the institutional development of dropshipping in the United States and Ukraine.

Key words: e-commerce, marketing, Internet-marketing, dropshipping; e-trade.

УДК 336.76

Гарбар Ж. В.
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри фінансів, банківської справи і страхування
Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету
імені Григорія Сковороди

Гарбар В. А.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та міжнародних відносин
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Harbar Zh. V.
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance
Pereyaslav-Khmelnytsky State Pedagogical University
the name of Gregory Skovoroda

Harbar V. A.
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department Economics and International Relations
Vinnytsia Institute of Trade and Economics
of Kyiv National University of Trade and Economics

САМОРЕГУЛІВНІ ОРГАНІЗАЦІЇ В СИСТЕМІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

SELF-REGULATORY ORGANIZATIONS IN THE FUNCTIONING SYSTEM OF THE FINANCIAL MARKET

Анотація. У статті з'ясовано сучасний стан діяльності саморегулівних організацій на фінансовому ринку України. Доведено існування в Україні множинної системи органів регулювання у фінансовому секторі, структурованої за видами фінансових установ. Встановлено суперечливість і непослідовність законодавства, яке існує у сфері саморегулювання фінансового ринку України. Обґрунтовано систему заходів для посилення ролі саморегулівних організацій на фінансовому ринку. Визначено напрями вирішення нагальних проблем у саморегулюванні.

Ключові слова: фінансовий ринок, регулювання, державне регулювання, саморегулювання, саморегулівні організації.

Постановка проблеми. Розвиток фінансового ринку зумовлює потребу постійного оновлення механізмів регулювання та нагляду шляхом розвитку принципів саморегулювання та підвищення ефективності взаємодії саморегулівних організацій і державних органів регулювання. Посилення ролі саморегулювання на фінансових ринках набуває особливого значення в контексті світових тенденцій та потреби реформування регулювання і нагляду на фінансовому ринку. Механізм саморегулювання фінансового ринку України не виконує свого головного завдання, а саме не забезпечує стійкість та стабільність розвитку фінансової системи як на рівні окремої країни, так і в світовому масштабі. Саме тому існує потреба з'ясування сучасного стану діяльності саморегулівних організацій на фінансовому ринку України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців, які займаються дослідженням проблеми саморегулювання фінансового ринку та діяльності саморегулівних організацій на фінансовому ринку, варто відзначити Н. Бачал, Є. Бондаренка, М. Бурмаку, І. Дорошенка, П. Ланскова, Я. Міркіна, С. Міщенко, К. Отченаша, І. Рекуненка, С. Румянцева, М. Хьюїта та інших. Водночас, віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних учених у дослідженні цієї проблематики, потрібно відзначити, що досі деякі питання не знайшли свого вирішення або залишаються дискусійними. Зважаючи на визначальну роль, яку відіграє саморегулювання на сучасному етапі розвитку фінансового ринку, вирішення наукової проблеми щодо з'ясування стану саморегулювання фінансового ринку в Україні з наданням пропозицій щодо вирішення проблем у саморегулюванні на фінансовому ринку є актуальним та своєчасним.

Мета статті полягає у з'ясуванні сучасного стану діяльності саморегулівних організацій на фінансовому ринку України та наданні рекомендацій щодо вирішення нагальних проблем у саморегулюванні.

Результати дослідження. В умовах стабільного розвитку національної економіки за позитивної кон'юнктури світових фінансових ринків участь держави у регулюванні фінансового ринку доцільно звести до мінімуму та перейти на режим більшого впливу ринкової саморегуляції фінансового сектору.

Під терміном «саморегулювання» (*self-regulation*) розуміють накладення господарюючим суб'єктом на себе певних обмежень без якого-небудь зовнішнього примусу до нього. Тобто саморегулювання – це регулювання певних ринків і сфер бізнесу економічними агентами без втручання держави. Саморегулювання припускає встановлення

певних формалізованих «правил гри» для учасників того чи іншого сектору ринку, що зафіксовані у вигляді конкретних документів і включають санкції за порушення цих правил, механізми розв'язання конфліктів між учасниками ринку, які певною мірою обмежують волю економічних агентів. З іншого боку, встановлення «правил гри» та розв'язання конфліктів здійснюється самими учасниками ринку без прямого втручання держави.

Саморегулівні організації (СРО) створюються з метою забезпечення ефективного регулювання та контролю за їх учасниками, що за обсягом та якістю є значно результативнішим за наглядову діяльність, обмежену державою. Контроль, який здійснюється СРО над діяльністю своїх членів, є більш жорстким і ефективним порівняно з державним регулюванням. При цьому держава, як правило, віддає частину своїх повноважень і функцій з нагляду та регулювання ринку СРО, щоби професійні оператори ринку самі встановлювали для себе правила гри і здійснювали контроль за їх виконанням.

Основними завданнями СРО є встановлення правил, стандартів та вимог до здійснення діяльності, норм та правил поведінки, вимог до професійної кваліфікації фахівців – членів СРО та здійснення контролю за їх дотриманням членами організації; сприяння здійсненню професійної діяльності членами СРО; розроблення та здійснення заходів щодо захисту прав членів СРО.

Відомі дві основні моделі саморегулювання фінансового ринку: американська модель (США) і європейська (країни Європейського Союзу).

Американська модель саморегулювання базується на індивідуальній свободі і найменшому державному втручанні. Як наслідок, саморегулювання має більшу вагу. Воно є автономним і майже не передбачає додаткового контролю над діями СРО з боку держави. Правила, розроблені СРО, жодним чином не візуються з боку державних органів, а тому можливі ситуації прийняття правил і норм, які не відповідають чинному законодавству. Влада лише здійснює моніторинг і консультує суб'єктів фінансового ринку, окреслюючи загальні правила їх поведінки. Науковці вважають, що виникнення такої моделі саморегулювання фінансового ринку в США пов'язане з «доктриною державної діяльності», яка передбачає наявність широкого спектру свобод у приватно-правовому регулюванні і, навпаки, накладає серйозні обмеження на дії державних органів. Американська модель саморегулювання передбачає, що реалізація правил поведінки, розроблених СРО, покладається на органи цих організацій і не може забезпечуватися за допомогою адміністративних і юрисдикційних механізмів держави. Фактично відсутня також система обов'язкової звітності СРО перед відомчими органами [1, с. 32].

Європейська модель саморегулювання пов'язана з «доктриною держави загального добробуту», відповідно до якої держава покликана не тільки гарантувати права і свободи приватних осіб, але й забезпечувати загальний добробут. Цю модель у західній науці називають моделлю співрегулювання, в якій саморегулювання є доповненням державного регулювання і навпаки. Держава делегує окремі повноваження приватним особам з метою досягнення певних загальносоціальних цілей. Проте при цьому держава не усуває остаточно свої повноваження щодо регулювання фінансового ринку. Тому саморегулювання є доповненням державного регулювання і навпаки. По-перше, держава приймає певні законодавчі межі саморегулювання, в яких можуть діяти СРО, яким було делеговано відповідні повноваження. По-друге, держава залишає за собою право перегляду правил і норм, розроблених СРО з метою дотримання публічних інтересів. Європейська модель саморегулювання фінансового ринку також не виключає можливості встановлення прямого державного регулювання у тих сферах, у яких раніше вона делегувала відповідні повноваження СРО.

Названі моделі інколи застосовуються у певних країнах у своєрідному гібридному вигляді. Прикладом цього може слугувати Канада, яка відчула на собі свого часу вплив як ліберальної концепції регулювання, так і «доктрини держави загального добробуту». Тому саморегулювання тут здійснюється з оглядом на забезпечення реалізації загальногромадського інтересу. Тому, як свідчить історія існування СРО цієї країни, до складу таких організацій згідно із законодавством Канади входили представники громадськості (так звана третя сторона), а також представники відомчих державних органів. Законодавство зобов'язувало СРО звітувати перед відомчими органами, а також утворювати компенсаційні фонди при СРО як своєрідні засоби страхування відповідальності таких організацій перед клієнтами їх учасників [2, с. 651].

Варто зазначити, що, зокрема, такі країни, як США, Великобританія, Канада, а також держави ЄС, де СРО існують ще з 70-х і 80-х років XX століття, вже давно зіткнулися з проблемою співвідношення інтересу учасників СРО та загальногромадянських інтересів у процесі виконання цими організаціями делегованих їх повноважень. Так, у Великобританії в 2000 р. всі повноваження з регулювання та моніторингу фондового ринку були повернуті спеціалізованій державній установі, а саморегулювання залишилося на рівні фондових бірж і деяких професійних організацій на ринку цінних паперів. Подібні заходи були зумовлені діями СРО, спрямованими на роботу переважно в інтересах своїх членів, нехтуючи при цьому інтересами осіб, які є споживачами послуг членів саморегулюючої організації.

Згідно із Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» (ст. 21) в Україні існує множинна система органів регулювання у фінансовому секторі, структурована за видами фінансових установ. Державне регулювання фінансового ринку в Україні здійснюється Національним банком України, Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку та Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, які виконують регуляторні функції на різних сегментах фінансового ринку.

На фінансовому ринку України СРО почали створюватися у першій половині 90-х років XX ст. Зараз на фінансовому ринку України існує майже 50 організацій (асоціації, ліги, об'єднання), які могли би претендувати на статус СРО в тому чи іншому сегменті фінансового ринку.

На страховому сегменті фінансового ринку України здійснюють діяльність Ліга страхових організацій України, Українська федерація страхування, Асоціація «Страховий бізнес», Товариство актуаріїв України, Федерація страхових посередників, Моторне (транспортне) страхове бюро України, Авіаційне страхове бюро, Морське страхове бюро, Всеукраїнська громадська організація «Всеукраїнська асоціація аварійних комісарів», Українська федерація убезпечення, Аграрне страхове бюро.

У банківському сегменті фінансового ринку України важливою є діяльність Асоціації українських банків, Асоціації «Український кредитно-банківський союз», Форуму провідних фінансових міжнародних інститутів, Української національної іпотечної асоціації, Української міжбанківської асоціації членів платіжних систем «ЄМА».

Численні неурядові організації створені у сфері надання послуг фінансовими компаніями (Українське товариство

фінансових аналітиків, Всеукраїнська асоціація ломбардів, Всеукраїнська асоціація лізингу «Укрлізинг», Професійна асоціація корпоративного управління, Професійна асоціація фінансових компаній-управителів, Асоціація незалежних фінансових консультантів «Фінконсул»).

У сфері надання послуг кредитними спілками важливою є діяльність Всеукраїнської асоціації кредитних спілок, Національної асоціації кредитних спілок України, Всеукраїнської асоціації кредитних спілок військовослужбовців України, Об'єднання кредитних спілок «Програма захисту вкладів», Асоціації кредитних спілок різних областей.

Ринок недержавного пенсійного забезпечення представлений Українською асоціацією адміністраторів пенсійних фондів, Національною асоціацією недержавних пенсійних фондів України та адміністраторів недержавних пенсійних фондів.

Основною проблемою розвитку СРО в Україні є відсутність Закону про саморегулівні організації. У Росії такий закон було прийнято 16 листопада 2007 р., що дало змогу оцінити позитивні наслідки: лібералізацію умов ведення бізнесу, прозорі конкурентні умови та налагодження цивілізованого діалогу між органами державної влади та бізнесом. Через відсутність спеціального закону про СРО регуляторні органи в Україні приймають нормативні документи, якими самостійно визначають поняття та функції СРО. Законодавство, що існує у сфері саморегулювання фінансового ринку України, вкрай суперечливе і непослідовне. Не сформульовано загальне правове поняття СРО, не виділені єдині ознаки СРО, що відрізняють їх від інших громадських організацій. Так, згідно із Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12.07.2001 р. № 2664-III, саморегулівна організація – це неприбуткове об'єднання фінансових установ, створене з метою захисту інтересів своїх членів та інших учасників ринків фінансових послуг та якому делегуються відповідними державними органами, що здійснюють регулювання ринків фінансових послуг, повноваження щодо розроблення і впровадження правил поведінки на ринках фінансових послуг та/або сертифікації фахівців ринку фінансових послуг [3].

Нацкомфінпослуг було затверджено три нормативні документи, якими регламентується діяльність СРО на фінансових ринках. При цьому навіть визначення СРО у документах регулятора відрізняються. НКЦПФР регламентує питання СРО понад 10 нормативними документами. А визначення СРО для банківського сектору у національному законодавстві взагалі відсутнє.

У 2009 р. набули чинності положення частини першої ст. 48 Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок», згідно з якими з кожного виду професійної діяльності на ринку цінних паперів повинна існувати лише одна саморегулівна організація [4]. У результаті відтепер на вітчизняному фондовому ринку діють три єдині СРО за основними видами професійної діяльності: Професійна асоціація реєстраторів і депозитаріїв, Українська асоціація інвестиційного бізнесу та асоціація «Українські фондові торговці». Фактично таким чином була усунута множинність СРО на фондовому ринку (замість десяти залишилося три СРО). Основною причиною такого законодавчого кроку є усунення конкуренції серед СРО і унеможливлення заниження планки вимог під час формулювання стандартів саморегулювання.

Асоціація «Українські Фондові Торговці» (до 17.03.2009 р. – Асоціація «Регіональний Фондовий Союз») була заснована 14.12.2004 р. та представляє інтереси професійних учасників ринку цінних паперів, які здійснюють торгівлю цінними паперами та депозитарну діяльність. Апарат АУФТ приймає участь у створенні та підготовці проектів законодавчих та нормативних актів, проводить методологічну роботу та надає консультаційну підтримку членам асоціації. Відповідно до основних напрямів діяльності АУФТ на системному рівні проводить роботу щодо удосконалення законодавчої та нормативної бази з питань здійснення професійної діяльності з торгівлі цінними паперами, удосконалення саморегулювання, проведення інформаційних та публічних заходів. АУФТ надає консультаційну підтримку своїм членам, а також компаніям, які збираються отримати ліцензію на здійснення торгівлі цінними паперами. АУФТ перша серед СРО на фондовому ринку запровадила попередню перевірку адміністративних даних своїх учасників. АУФТ – перша та єдина СРО, котра надає спеціалізоване програмне забезпечення, яке забезпечує формування адміністративних даних торговця цінними паперами та інших облікових аналітичних реєстрів відповідно до вимог чинного законодавства [5].

Професійна асоціація реєстраторів і депозитаріїв (ПАРД) – професійне об'єднання на фондовому ринку України. Асоціація, заснована в 1996 р., представляє інтереси всіх вітчизняних депозитарних установ та торговців цінними паперами. У 2013 р. ПАРД вкотре підтвердила статус саморегулівної організації (СРО) за видом професійної діяльності «депозитарна діяльність», а на початку 2015 р. отримала додатково статус СРО з торгівлі цінними паперами. Протягом усього періоду роботи ПАРД її представники взяли участь у розробленні низки профільних нормативно-правових актів: від законів до актів рекомендаційного характеру з питань депозитарної діяльності, торгівлі цінними паперами, іноземного інвестування, фінансового моніторингу, корпоративного управління, розкриття інформації, захисту персональних даних та протидії фінансуванню тероризму. ПАРД регулярно проводить науково-освітні та науково-практичні заходи з різних аспектів професійної діяльності учасників фондового ринку. Представники Асоціації входять до консультативно-дорадчих органів при органах державної влади. ПАРД регулярно бере участь у роботі Консультаційно-експертної Ради та Стратегічної групи при НКЦПФР. Фахівці Асоціації є постійними учасниками Комітетів та робочих груп при НКЦПФР, Державного комітету з питань регуляторної політики і підприємництва, Антимонопольного комітету України тощо [6].

Українська Асоціація інвестиційного бізнесу (УАІБ) заснована в квітні 1995 р і є добровільною недержавною некомерційною організацією, що об'єднує усі компанії з управління активами в Україні. Сьогодні це єдина в Україні саморегулівна недержавна організація, якій держава делегувала частку своїх повноважень, визначивши їх в Законі України «Про інститути спільного інвестування» та Положенні про об'єднання професійних учасників фондового ринку. Зараз УАІБ об'єднує 330 компаній з управління активами, в управлінні яких – 1210 інститутів спільного інвестування, 74 недержавних пенсійних фонди, резерви 7 страхових компаній [7].

Держава повинна стати ініціатором запровадження повноцінного саморегулювання в Україні. Першочерговим завданням на шляху до цього є вирішення питання збалансування інтересів державних органів і учасників ринку у процесі діяльності СРО. При цьому, не виключаючи обов'язковості державного нагляду і контролю діяльності суб'єктів ринку, цим інститутам можуть бути делеговані нормотворча, представницька, інформаційна та освітня функції регуляторів.

Законодавче делегування цих функцій СРО дасть змогу знизити витрати на функціонування державного апарату та сприятиме лібералізації бізнес-клімату в Україні, що створить позитивний сигнал для інвестиційних процесів. Крім того, підвищиться ефективність нормативних актів, які приймаються державними органами, оскільки їх попередня експертиза СРО забезпечить використання та врахування в регуляторних документах практичного досвіду учасників ринку.

Прийняття Закону України «Про саморегулівні організації» сприятиме створенню та діяльності на фінансовому ринку України СРО, що забезпечить зменшення регуляторного впливу держави на суб'єктів фінансового ринку; скорочення державних витрат на регулювання фінансового ринку; забезпечення ефективної взаємодії між суб'єктами, які здійснюють професійну діяльність на фінансовому ринку, та органами державної влади; підвищення рівня захисту та гарантованості прав споживачів фінансових послуг.

Висновки. В умовах фінансової рецесії у контексті потреби реформування регулювання і нагляду на фінансовому ринку посилення ролі саморегулювання набуває особливого значення. Посилення ролі СРО на фінансовому ринку України має відбуватися в декількох напрямах. По-перше, окремі повноваження з регулювання, які закріплені за державним органом виконавчої влади у відповідному сегменті фінансового ринку, мають у міру зміцнення СРО передаватися під контролем вказаного органу цим СРО, яких повинно бути не більше однієї на відповідному ринковому сегменті. По-друге, норми і правила, що розроблятимуться СРО, повинні доповнювати і деталізувати норми державного регулювання. По-третє, необхідно стимулювати СРО до встановлення чітких вимог щодо професійної діяльності учасників ринку.

Для посилення ролі СРО на фінансовому ринку необхідно здійснити такі заходи: розробити та прийняти відповідні законодавчі акти, в яких мають бути закріплені принципи та стандарти діяльності СРО; визначити процедуру делегування СРО повноважень щодо нагляду за добросовісністю конкуренції на фінансових ринках, у тому числі шляхом розроблення та впровадження кодексів професійної етики, права на застосування заходів впливу; заохочувати створення в СРО страхових та гарантійних фондів, що мають забезпечувати додатковий захист прав інвесторів та споживачів фінансових послуг. Діяльність СРО не повинна дублювати функції регуляторів фінансового ринку. Саме саморегулівні організації мають здійснювати представництво консолідованих інтересів фінансових агентів перед регуляторами фінансового ринку.

Список використаних джерел:

1. Doelker A. Self-regulation and co-regulation: prospects and boundaries in an online environment / A. Doelker [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://circle.ubc. ca/bitstream/handle/2429/27918/ubc2010fall.pdf.sequence-3
2. Green A. Self-regulation and the protection of the public interest / A. Green. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.law-1ib.utoronto.ca/invest ing/report s/rp26.pdf
3. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 р. № 2664-14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada. gov.ua/laws/show/2664-14
4. Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні: Закон України від 30.10.1996 р. № 448/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/ show/448/96
5. Офіційний сайт Асоціації «Українські фондові торговці» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aust.com.ua/Default.aspx
6. Офіційний сайт Професійної асоціації реєстраторів і депозитаріїв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.pard.ua/
7. Офіційний сайт Української Асоціації інвестиційного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/

Аннотация. В статье выяснено современное состояние деятельности саморегулируемых организаций на финансовом рынке Украины. Доказано существование в Украине множественной системы органов регулирования в финансовом секторе, структурированной по видам финансовых учреждений. Установлено противоречивость и непоследовательность законодательства, которое существует в сфере саморегулирования финансового рынка Украины. Обоснована система мер по усилению роли саморегулируемых организаций на финансовом рынке. Определены направления решения насущных проблем в саморегулировании.

Ключевые слова: финансовый рынок, регулирование, государственное регулирование, саморегулирование, саморегулируемые организации.

Summary. The article analyzes the current state of activity of self-regulatory organizations in the financial market of Ukraine. The existence of a plural system of regulatory authorities in the financial sector, structured according to the types of financial institutions, has been proved in Ukraine. The inconsistency and inconsistency of the legislation currently in place in the sphere of self-regulation of the financial market of Ukraine is established. The system of measures for strengthening the role of self-regulatory organizations in the financial market is substantiated. The directions of solving of the pressing problems in self-regulation are determined.

Key words: financial market, regulation, state regulation, self-regulation, self-regulatory organizations.

УДК 658.5:330.3

Грабовецький Б. Є.
кандидат економічних наук, доцент,
Вінницького національного технічного університету

Глущенко Л. Д.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства і виробничого менеджменту
Вінницького національного технічного університету

Пілявоз Т. М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та фінансової діяльності
Вінницького національного технічного університету

Grabovetskiy B. E.
PhD in economics, assistant professor
Vinnytsia National Technical University

Piliavoz T. M.
PhD in Economics, assistant professor
with the Department for Business Enterprise and Financial Activity
Vinnytsia National Technical University

Glushchenko L. D.
PhD in Economics, assistant professor
with the Department for Economics of Enterprise and Production Management
Vinnytsia National Technical University

ПРОГНОЗНО-АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ

FORECAST-ANALYTICAL ASPECT OF MARKETING OF INNOVATIONS

Анотація. Розглянуто концептуальні засади маркетингу інновацій. Досліджено особливості прогнозування маркетингових інновацій. Запропоновано послідовність реалізації основних методів прогнозування маркетингу інновацій.

Ключові слова: маркетинг інновацій, методи прогнозування, екстраполяція, моделювання, евристичні методи, експертні методи, метод Дельфі.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки виробнича діяльність підприємства є життєздатною та ефективною за умов дотримання правила: виготовляти те, що продається, а не намагатися продавати те, що виготовляється.

Керуючись найважливішим принципом маркетингу – орієнтацією на ринок, необхідно спочатку вивчити, який продукт, з якими технічними характеристиками (споживчими властивостями), за якою ціною, у яких кількостях (об'ємах, обсягах), у якому регіоні має попит, і лише потім, і ніяк не раніше, приступити до його виробництва.

Під час розроблення та впровадження інновацій досить складно проводити маркетингові дослідження, оскільки у свідомості потенційних споживачів ще відсутня потреба у такій продукції. Але у будь якому разі маркетингові дослідження дають змогу визначити вільні сегменти ринку, скласти уявлення про готовність ринку до прийняття інноваційного продукту, виявити можливих конкурентів тощо. При цьому якісно проведені маркетингові дослідження ринку є умовою здійснення ефективної інноваційної діяльності промислового підприємства.

Значення маркетингу в інноваційній діяльності підприємств визначається новими характеристиками споживчого попиту і загостренням конкуренції на сучасних глобальних ринках. Зростаюча роль маркетингу як фактору інноваційного розвитку в умовах глобалізації ринків відображена в методологічних підходах до сутності і змісту інновацій, що містяться в міжнародних документах, розроблених експертами ОЕСР, ЮНЕСКО та Євростату.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед зарубіжних науковців, які досліджують різні аспекти інноваційної діяльності, варто виокремити І. Ансоффа, Г. Асселя, Дж. Вествуда, Є.П. Головка, П.Р. Діксона, В. Кондратьєва, Ф. Котлера, В.І. Мединського, К. Менгера, М. Портера, Р.А. Фатхутдінова, К. Фрімена, Ф. Хайєка, Й. Шумпетера та ін. Питання підвищення економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств розглядаються у роботах Д.О. Крикуненко, В.І. Захарченка, А.В. Черепа, Л.Ф. Чумака, в яких аналізуються проблеми та пріоритети розвитку інноваційної діяльності підприємств та впровадження інновацій у сучасних умовах. Управлінню інноваціями та маркетингу інновацій на підприємствах присвячено праці економістів А.І. Анчишкіна, Л.Л. Антонюка, С.В. Валдайцева, С.Ю. Глазьєва, С.М. Ілляшенка, Б. Лундвалла, Б. Санто. Однак у них не приділено достатньої уваги прогнозно-аналітичним аспектам маркетингу інновацій.

Метою статті є обґрунтування необхідності проведення маркетингу інновацій у процесі розроблення питань, пов'язаних з ефективною реалізацією інновацій-

них продуктів та вдосконаленням прогнозно-аналітичного аспекту маркетингу інновацій на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. У межах наших досліджень розглядаються технічні інновації, які включають продуктові і технологічні інновації.

Маркетинг інновацій є порівняно новим поняттям, що виникло у зв'язку зі стрімким розвитком високих технологій. Удосконалена продукція повинна безперешкодно впроваджуватися на ринок. Для того, щоб механізми були максимально налагоджені, фахівцями була проведена робота зі зближення та об'єднання двох об'єктів: маркетингу та інновації. Маркетинг інновацій визначається як тип господарсько-виробничої діяльності підприємства, що спрямована на контроль над інновацією, оптимізацію виробництва і збуту на базі проведених досліджень та активний вплив на ринок шляхом упровадження інноваційного продукту [1].

Особливості маркетингу інновацій сьогодні мають досить слабку специфіку, яка визначається особливостями самого інноваційного ринку та інноваційного продукту. Ринок, на якому здійснюється обмін між продавцями і покупцями інноваційних продуктів, має певні особливості:

По-перше, він відрізняється тим, що пропозиція значно перевищує попит. По-друге, ринок має високий психологічний бар'єр сприйняття продукту споживачем. По-третє, ємність ринку практично завжди залежить від стану економіки. По-четверте, ринок інновацій має глобальний характер. По-п'яте, на інноваційних ринках створюються специфічні форми взаємодії учасників та специфічні взаємини між ними.

Маркетинг інновацій пов'язаний із пошуком можливостей зниження ринкової невизначеності і ризиків упровадження інноваційного продукту. Для інноваційних продуктів, як правило, відсутня ретроспективна статистика, тому особливого значення у дослідженнях набуває прогноз майбутнього розвитку.

На стадії комерціалізації інноваційного продукту головний акцент маркетингових досліджень робиться на вивченні споживачів, аналізується розуміння призначення продукту і його використання, визначається рівень задоволеності споживачів і формуються пропозиції щодо поліпшення продукту. Основні ризики цього етапу зумовлені можливістю неприйняття інновації ринком і споживачами, а в подальшому визначаються можливостями конкурентів. Крім того, власників підприємств бентежать перспективи розвитку не тільки інноваційного продукту, а й усього підприємства. Зазначені питання вирішуються за допомогою застосування інструментів прогнозування.

Прогнозування – це органічна частина процесу планування, яку варто розглядати як сукупність досліджень, що мають на меті визначення тих завдань, які повинні бути вирішені, та найкращих шляхів і засобів вирішення цих завдань.

Методи прогнозування можна класифікувати за ступенем суб'єктивності та ступенем формалізації структури аналізу. Звідси маємо два класи методів – суб'єктивні та об'єктивні, а також наївні та причинно-наслідкові методи. Суб'єктивні методи передбачають використання прогнозних процедур, що не мають точних форм та алгоритмів. Об'єктивні методи базуються на методах математичної статистики.

Характеризуючи прогноз, варто окремо підкреслити його аналітичні можливості (функції), які проявляються у визначенні тенденцій і закономірностей розвитку об'єкта дослідження, у виявленні та оцінці факторів, що визначають рівень досліджуваного показника та ін.

Водночас варто звернути увагу на те, що одержана в результаті прогнозування інформація не використовується одразу для прийняття рішень (складання плану); вона проходить стадію певної обробки, як, наприклад, зіставлення досягнутих результатів із кращими вітчизняними та світовими зразками, кількісна та якісна оцінка альтернативних варіантів для вибору оптимального, факторний аналіз тощо.

У процесі проведення маркетингу інновацій використовуються різноманітні методи прогнозування. Так, для оцінки тенденції зміни параметрів і характеристик виробів, а також техніко-економічних показників, що характеризують результати діяльності підприємства, можуть застосовуватися трендові моделі; під час розроблення інновацій особливо прийнятні евристичні методи, насамперед метод Дельфі, який базується на обробці опитувальних анкет, що зумовлено відсутністю кількісної інформації через високий рівень невизначеності на окремих стадіях створення інновацій, особливо ранніх.

Використання методу Дельфі дає змогу визначити перспективи створення профілюючої продукції; обрати основні технічні й ергономічні характеристики нової продукції; визначити сфери використання продукції; оцінити порівняльну важливість окремих параметрів і характеристик виробів; оцінити оптимальні величини технічних і ергономічних параметрів і характеристик виробів; передбачити потреби у продукції; визначити ступінь узгодженості думок між окремими експертами і загалом; оцінити вплив кожного експерта на рівень узгодженості думок експертів.

Отримана інформація за методом Дельфі дає змогу сформувати матриці (таблиці балів, рангів, ваг) для кожної характеристики (параметра, напряму) і по кожному експерту; сформувати матрицю переваг і на її основі оцінити, скільки експертів надали переваги певній характеристиці порівняно з іншими; оцінити для кожної характеристики середньостатистичні значення у балах, частоту максимально можливих оцінок, середню вагу (нормована оцінка), коефіцієнт активності експертів, середній ранг, розмах оцінок; оцінити ступінь узгодженості думок експертів за коефіцієнтами конкордації та коефіцієнтом парної рангової кореляції. Процедура проведення досліджень на основі методу Дельфі стосовно маркетингу інновацій більш детально описана в наукових працях [2; 3].

У разі, коли в опитувальній анкеті містяться дані про кількісну величину певної технічної характеристики або термін настання певної події, для визначення оптимального кількісного значення можна скористатися формулою:

$$y_{о.з.} = \frac{y_{\min} + 2y_{н.і.} + y_{\max}}{4}, \qquad (1)$$

де y_{min}, y_{max} – відповідно мінімальне та максимальне значення досліджуваного показника, оцінені експертами і подані в опитувальних анкетах;

$y_{н.і.}$ – найімовірніша величина досліджуваного показника, за яку можна прийняти середню величину, моду і медіану.

Якщо у формулу (1) послідовно підставити найімовірніші значення кожного з наведених показників, то отримаємо три альтернативні варіанти величини досліджуваного показника.

Також у маркетингових дослідженнях широко використовуються методи екстраполяції тенденції. Прогнозування методами екстраполяції тенденції базується на інерційності зміни досліджуваних предметів, об'єктів, явищ і процесів, тобто на передумові, що тенденції і закономірності, що склалися у «передісторії» (минулих пері-

одах), будуть незмінно або з невеликими відхиленнями діяти і в прогнозованому періоді.

Методи екстраполяції тенденції є найпоширенішими методами з усієї сукупності формальних методів прогнозування, що зумовлено високим рівнем розробленості методичного апарату; відносно нескладним інструментом дослідження; можливістю використання у більшості досліджень портативної обчислювальної техніки; можливістю задовольнятися відносно обмеженою інформаційною базою; швидкістю виконання розрахунків в оперативному режимі часу.

Всю сукупність методів екстраполяції тенденції можна розділити на дві групи, такі як екстраполяція на основі аналітичних характеристик рядів динаміки і екстраполяція трендів.

Серед методів екстраполяції тенденції виокремлюється екстраполяція на основі аналітичних характеристик рядів динаміки; екстраполяція на основі середнього абсолютного приросту; екстраполяція на основі середнього коефіцієнта зростання; екстраполяція на основі ковзних середніх; екстраполяція на основі сезонної хвилі.

На практиці найчастіше аналіз і прогнозування показників здійснюється на основі середнього абсолютного приросту та середнього коефіцієнта зростання. У разі, коли досліджуваний показник змінюється за певною закономірністю, тенденцією, то для досліджень цих змін і побудови прогнозу застосовується часовий тренд. Тренд описує фактичну, усереднену для «передісторії» тенденцію зміни досліджуваного показника у часі, його зовнішні прояви. Результат при цьому пов'язується винятково з плином часу.

Аналітичне вирівнювання тренда – це досить поширений метод прогнозування. Водночас екстраполяція тренда (побудова прогнозу) може бути застосована лише у тому разі, коли розвиток явища достатньо добре описується побудованим рівнянням (рівняннями).

Використання математичних методів нерозривно пов'язано з моделюванням економічних процесів (явищ, об'єктів). Моделювання – це наукова теорія побудови і реалізації моделей, за допомогою яких досліджуються явища і процеси у природі і суспільному житті.

Модель – умовне зображення об'єкта (процесу, явища), що відображає його найсуттєвіші характеристики, для визначення яких саме і проводиться дослідження.

Економіко-статистична модель стисло відображає найсуттєвіші взаємозв'язки окремих процесів і явищ у вигляді математичних рівнянь і нерівностей. Будь-яка модель виконує насамперед аналітико-прогностичну функцію, без вирішення якої модель втрачає як у теоретичному, так і більшою мірою у прикладному плані.

Економіко-статистичні моделі залежно від кількості факторів, що використовують у дослідженнях, можуть бути багатофакторними:

$$y = f(x_1, x_2, x_3 \ldots x_n) \quad (2)$$

або однофакторними:

$$y = f(x). \quad (3)$$

Існують різні методи моделювання (прогнозування) маркетингу інновацій, серед яких можна виокремити методи регресійного аналізу, оцінки часових рядів, аналізу думок споживачів тощо. Вибір методу звичайно зумовлений фінансовим станом підприємства, вимогами, які виробник пред'являє до точності прогнозу, часовим ресурсом, необхідним для його розробленням тощо [4].

Упровадження інновацій об'єктивно зумовлене необхідністю підвищення ефективності виробництва. Надзвичайно високий рівень новизни, пов'язаний з інноваційними процесами, викликає нагальну потребу в аналізі і прогнозуванні впливу цих процесів на основні техніко-економічні показники діяльності підприємства.

З огляду на вищенаведене і на те, що рентабельність реалізованої продукції (продажу) є одним з основних показників, що характеризує ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства, викликає зацікавленість оцінка залежності її величини від результатів упровадження інновацій, зокрема, питомої ваги обсягу реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі продукції, тобто за парним (однофакторним) рівнянням:

$$y = f(x), \quad (4)$$

де y – рентабельність реалізованої продукції, %;

x – питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції, %.

Дослідження зазначених вище взаємозв'язків було проведене авторами за даними машинобудівних підприємств Вінницької області [5].

Оскільки залежність (4) може бути описана різними моделями (рівняннями), виняткове значення має відбір рівняння, яке найкращим чином описує взаємозв'язок досліджуваних показників.

Найприйнятнішим, як засвідчує досвід, є двостадійний вибір виду рівняння [6].

На першому етапі рівні динамічного ряду, що характеризують досліджуваний показник (рентабельність реалізованої продукції), наноситься на графік. З урахуванням сутності, якісного змісту досліджуваних явищ та виду графічного зображення встановлюється клас рівняння.

На другому етапі шляхом порівняння статистичних характеристик реалізованих моделей здійснюється остаточний вибір найкращого рівняння (рівнянь) із позиції дослідника.

Дотримуючись зазначеної процедури, були відібрані такі парні (однофакторні) рівняння, як:

– лінійне: $y = a_0 + a_1x$; (5)

– квадратичне: $y = a_0 + a_1x + a_2x^2$; (6)

– показникове: $y = a_0 a_1^x a_2^{x^2}$; (7)

– степенево-екпоненціальне: $y = a_0 x^{a_1} e^{a_2 x}$. (8)

Для дослідження тісноти зв'язку між факторами та досліджуваним показником можуть бути використані такі показники, як парний лінійний коефіцієнт кореляції та парне кореляційне відношення.

Крім тісноти зв'язку, якість рівняння характеризується низкою інших показників, серед яких варто виокремити середнє абсолютне відхилення та середнє відносне відхилення (середня помилка апроксимації).

Проведення розрахунків дало змогу визначити основні статистичні характеристики рівнянь (5-8), що наведені у табл. 1.

Аналіз даних табл. 1 свідчить, що всі рівняння, за винятком лінійного (5), оптимально описують взаємозв'язок між рентабельністю реалізованої продукції (y) та питомою вагою реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції (x).

Дійсно, кореляційне відношення (η) більше за 0,8, а середня помилка апроксимації ($\bar{\varepsilon}$) менша за 10%.

За формальними правилами кращим вважається рівняння, яке характеризується максимальним значенням парного кореляційного відношення і мінімальним значенням середньої помилки апроксимації, значення яких наведені у табл. 1. Таким є показникове рівняння $y = a_0 a_1^x a_2^{x^2}$, яке після розрахунку його параметрів набуває вигляду:

Таблиця 1

Основні статистичні характеристики побудованих рівнянь

Назва статистичних характеристик	Моделі (рівняння)			
	$y = a_0 + a_1x$	$y=a_0 +a_1x +a_2x^2$	$y = a_0a_1^xa_2^{x^2}$	$y = a_0x^{a_1}e^{a_2x}$
1. Коефіцієнт кореляції (кореляційне відношення)	0,442	0,838	0,850	0,801
2. Середнє абсолютне відхилення	0,927	0,447	0,395	0,466
3. Середнє відносне відхилення (середня помилка апроксимації), %	19,403	8,621	7,384	8,632

$$y = 0,2107 \cdot 1,2068^x \cdot 0,9978^{x^2} \cdot \quad (9)$$

Опис цієї залежності дає змогу визначити кількісне співвідношення взаємозв'язку досліджуваних процесів і побудувати прогноз досліджуваного показника, якщо попередньо спрогнозувати чинник (фактор) відповідного рівняння – частку інноваційної продукції у загальному обсязі продукції на наступні періоди.

Отже, запропонований підхід передбачає виявлення закономірностей впливу інновацій на підвищення ефективності роботи підприємства і дасть змогу врахувати прогнозні значення для побудови ефективної системи маркетингу інновацій.

Висновки. У сучасному світі інновації є ефективним засобом підвищення конкурентоспроможності, оскільки ведуть до створення нових продуктів і освоєння нових ринків, до притоку інвестицій і зниження витрат виробництва та обігу. Об'єктивна необхідність проведення маркетингу інновацій зростає в умовах динамічного розвитку науки і техніки в світі, розширення сфер застосування нових технологій у різних областях життєдіяльності, підвищення рівня відкритості внутрішніх ринків країн, посилення конкуренції у високотехнологічних галузях, широкого впровадження інноваційних продуктів, підвищеного ступеня невизначеності перспектив динаміки продажів високотехнологічних продуктів.

Потреба передбачення економічної ситуації у майбутньому та ефективне впровадження інноваційних продуктів на ринок зумовлюють необхідність удосконалення прогнозно-аналітичних методів маркетингу інновацій. Цілеспрямоване застосування таких методів на різних етапах розроблення та реалізації інноваційного продукту дає змогу знизити стратегічну невизначеність інноваційного продукту, оцінити потенційні можливості його продажів, надати переконливі аргументи для інвесторів. Проте необхідно пам'ятати, що маркетинг інновацій є ефективним лише у тому разі, коли враховуються всі фактори й умови, що визначають специфічні особливості товару, ринку і споживача.

Список використаних джерел:

1. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования инновационных продуктов: синхронизация этапов // Электронный журнал Науковедение, № 6(19), 2013. – Режим доступа: http://naukvedenie.ru/PDF/77EVN613.pdf
2. Грабовецький Б.Є. Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки використання: монографія / Б.Є Грабовецький. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 171 с.
3. Грабовецький Б.Є. Оцінка порівняльної важливості напрямків інноваційного розвитку промислових підприємств на основі методу експертних оцінок Дельфі / Б.Є. Грабовецький, Т.М. Пілявоз // Економіка розвитку. – 2010. – № 1(53). – С. 44-46.
4. Directions of perfection of marketing research in the development of issuesrelated to the effective implementation of innovative projects. [Електронний ресурс] / L.D. Gluschenko, A.G. Yvaschenko // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 1(17). – С. 84-89.
5. Грабовецький Б.Є. Оцінка впливу інновацій на підвищення ефективності виробництва / Б.Є. Грабовецький, Т.М. Пілявоз // Економіка розвитку. – 2010. – № 4(56). – С. 99-102.
6. Грабовецкий Б.Е. О выборе вида уравнения / Б.Е. Грабовецкий, Т.А. Спирина // Вестник статистики. – 1976. – № 2. – С. 50-53.

Аннотация. Рассмотрены концептуальные основы маркетинга инноваций. Исследованы особенности прогнозирования маркетинговых инноваций. Предложена последовательность реализации основных методов прогнозирования маркетинга инноваций.

Ключевые слова: маркетинг инноваций, методы прогнозирования, экстраполяция, моделирование, эвристические методы, экспертные методы, метод Дельфи.

Summary. The conceptual bases of innovation marketing are considered. The features of forecasting marketing innovations are investigated. Algorithms for implementing the basic methods for forecasting innovation marketing are proposed

Key words: marketing of innovations, methods of forecasting, extrapolation, modeling, heuristic methods, expert methods, Delphi method.

УДК 330:061.27:378:327.3

Гринькевич О. С.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики, докторант економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка

Левицька О. О.
кандидат економічних наук,
науковий співробітник відділу соціально-гуманітарного розвитку регіону
Інституту регіональних досліджень імені М. І. Долішнього
Національної академії наук України

Hrynkevych O. S.
PhD in Economics, Associate Professor of the Statistics Department,
Doctoral Candidate at the Faculty of Economics
Ivan Franko National University of Lviv

Levytska O. O.
PhD in Economics, Research Worker
of Department of Social and Humanitarian Development of Region
State Institution «Institute of Regional Research
named after M. I. Dolishniy of the NAS of Ukraine»

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ: МІЖНАРОДНИЙ І НАЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТИ

INSTITUTIONAL ENVIRONMENT FOR QUALITY ASSURANCE IN HIGHER EDUCATION SYSTEM: INTERNATIONAL AND NATIONAL ASPECTS

Анотація. У статті вивчено роль і функції глобальних, регіональних і національних інституцій у забезпеченні якості вищої освіти. На основі принципів системного підходу і комплементарності запропоновано логіко-структурну схему, яка визначає архітектоніку інституційного середовища забезпечення якості вищої освіти на національному і наднаціональному рівнях. Особливу увагу зосереджено на правових і організаційних інститутах європейської системи якості у вищій освіті. Систематизовано інформаційно-аналітичні видання, які забезпечують підтримку управлінських рішень щодо конкурентоспроможності (у тому числі якості вищої освіти в країнах Організації економічного співробітництва і розвитку). Визначено основні складники інституційного забезпечення якості вищої освіти в Україні та напрями їх розвитку в умовах глобального освітнього середовища.

Ключові слова: вища освіта, інтернаціоналізація освіти, забезпечення якості, інституційне середовище, глобальний освітній простір.

Постановка проблеми. Вища освіта XXI століття – це динамічна, інноваційно орієнтована, гуманізована сфера діяльності суспільства. Вона характеризується стрімкою інтернаціоналізацією, розвитком нових технологій і моделей освітніх продуктів, що актуалізує проблему гарантування їх якості. Система забезпечення якості вищої освіти (ВО) передбачає наявність ресурсів і засобів, необхідних для продуктивної освітньої діяльності; організацію навчального процесу відповідно до сучасних вимог, стандартів і тенденцій розвитку національної та світової соціоекономічної системи; контроль діяльності закладів вищої освіти (ЗВО) та якості підготовки фахівців на всіх етапах навчання. При цьому соціально відповідальними за якість освіти є не лише на ЗВО, але й інституції державного і міжнародного рівня, покликані гарантувати і контролювати якість вищої освіти. Наявність широкої мережі стейкхолдерів часто ускладнює процес побудови якісної освітньої системи, потребує узгодження національних інтересів із вимогами європейських і світових стандартів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі управління якістю вищої освіти на тлі сучасних глобалізаційних викликів присвячені праці провідних вітчизняних науковців, зокрема О. Грішнової, Л. Семів, Н. Савицької, А. Колота, А. Шевчука, Л. Шевченко, С. Архипової, Ю. Зіньковського. Питання інституційного забезпечення якості освітніх послуг досліджують І. Татомир, С. Вербицька, М. Згуровський, С. Ніколаєнко і О. Бражник. Концептуальні засади реформування системи управління якістю вищої школи в Україні репрезентовані в публікаціях О. Серняка, О. Панич, О. Красовської, В. Ліпської, С. Мудрої та інших учених. Водночас низка питань залишаються невирішеними. По-перше, для узгодження національних і наднаціональних інтересів і вимог щодо забезпечення якості вищої освіти потребує чіткої систематизації і структурування мережа наявного інституційного середовища; по-друге, об'єктивно необхідним є обґрунтування цілісного бачення вітчизняної системи забезпечення якості вищої школи у контексті задекларованого міжнародного стратегічного партнерства у цій сфері.

Метою статті є дослідження структури національного і наднаціонального інституційного середовища гарантування якості вищої освіти, вивчення функцій і взаємозв'язків відповідних інститутів-організацій, а також визначення перспективних напрямів розвитку інституційного забезпечення якості системи вищої освіти

в Україні в умовах функціонування глобального освітнього простору.

Виклад основного матеріалу. Організація аналітичних та інших функцій у забезпеченні якості та соціальної відповідальності у вищій освіті передбачає наявність відповідного інституційного середовища. Таке середовище формується на двох ключових рівнях: національному та наднаціональному.

Національне інституційне середовище забезпечення якості вищої освіти – це, передусім, державні структури (національні агенції із забезпечення якості, акредитаційні комісії, методичні центри); громадські об'єднання (організації роботодавців, об'єднання ЗВО, аналітичні центри, освітні асоціації); ЗВО, що розробляють внутрішні системи забезпечення якості, та інші суб'єкти.

В умовах глобалізації все більшої ваги набуває наднаціональний рівень регулювання у вищій освіті. Його формують міжнародні мережі агенцій із забезпечення якості, міжнародні асоціації, союзи студентів, консорціуми з акредитації, а також структури, що є провайдерами стандартів глобальної освітньої політики (ЮНЕСКО, ОЕСР, Світовий банк) або виконують роль консультаційних організацій (Міжнародна спілка транснаціональної освіти).

Як зазначає Н. Савицька, особливістю сучасного розвитку вищої освіти стало накладання глобальних і регіональних інституційних змін. Перші пов'язані з інтелектуалізацією суспільного виробництва, другі – з транзитивністю економік в окремих регіонах світу (зокрема, пострадянських) [1, с. 49]. З огляду на важливість структуризації інституційного забезпечення якості системи вищої освіти нами запропоновано логіко-структурну схему, яка визначає архітектоніку інституційного середовища забезпечення якості вищої освіти на національному і наднаціональному рівнях (рис. 1).

На глобальному рівні головною інституцією, яка реалізує функції регулювання системи освіти, є спеціалізована установа ООН – ЮНЕСКО (*англ. UNESCO*). У структурі ЮНЕСКО функціонує 6 інститутів і 2 центри, діяльність яких безпосередньо пов'язана з освітою. Їх пріоритетами є забезпечення якісної інклюзивної освіти для всіх та сприяння навчанню протягом усього життя [2].

Функціональні напрями діяльності ЮНЕСКО пов'язані з дослідженням усіх рівнів освіти; розробленням стандартів з метою підготовки і прийняття міжнародних правових актів з питань освіти; моніторингом досягнення узгоджених на міжнародному рівні цілей у галузі освіти (щорічне аналітичне видання «Всесвітня доповідь з моніторингу освіти»). У сфері вищої освіти ЮНЕСКО має мандат на підтримку національних зусиль у реформуванні освітніх систем в усьому світі. З цією метою ЮНЕСКО створює міжнародні й регіональні мережі для обміну передовим досвідом, підтримки програм лідерства для жінок-педагогів, підвищення кваліфікації викладачів і визнання якості дипломів, сприяння державам-учасницям у плануванні та розвитку політики використання інформаційно-комунікаційних технологій в освіті, забезпечення можливостей безперервного навчання.

Результатами роботи ЮНЕСКО є міжнародні проекти, програми і заходи щодо формування засад якісної і конкурентоспроможної системи освіти, вироблення механізмів її регулювання та політики загалом, відповідні інформаційно-аналітичні матеріали («Статистичний щорічник ЮНЕСКО», «Навчання за кордоном», «Всесвітній довідник з освіти», «Перспективи освіти», «Всесвітня доповідь з питань освіти» тощо (табл. 1).

В інституційній структурі ЮНЕСКО функції сприяння якості освітньої політики реалізує Міжнародний інститут планування освіти (*МІПО, англ. IIEP*). З метою допомоги розробникам освітньої політики в оцінюванні якості програм та їх удосконаленні, обміну досвідом у галузі освітнього менеджменту (case studies) МІПО створив спеціальний навчальний портал (IIEP Learning Portal). Серед останніх міжнародних ініціатив і проектів МІПО – Форум із питань внутрішнього забезпечення якості у системі вищої освіти (2016 р., м. Сямень, Китай); всесвітнє онлайн-опитування (2015 р.) із питань структури, процесів та інструментів внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Таблиця 1

Основні заходи і документи в освітній сфері, ініційовані ЮНЕСКО

Рік	Опис події
1953, 1956, 1959, 1976, 1979, 1997	Регіональні конвенції про визнання кваліфікацій (оцінювання якості освіти), які ратифіковані понад 100 державами-членами і стали ядром Болонського процесу
2002, 2004, 2007	Глобальний Форум з міжнародної якості, акредитації та визнання кваліфікацій
2006	Пілотний проект із відкриття порталу провідних ЗВО з метою надання достовірної і повної інформації про авторитетні ЗВО світу
2007	Глобальна ініціатива (спільно зі Світовим Банком) із забезпечення якості вищої освіти з метою створення міжнародної програми підтримання освіти у країнах, що розвиваються, Східній Європі та Середній Азії
2011	Глобальний форум (спільно з ОЕРС і Світовим банком) у Парижі «Рейтинг та оцінка якості вищої освіти – сильні і слабкі сторони» для вивчення проблем конкурентоспроможності вищої освіти, вироблення дієвої методики оцінювання роботи ЗВО, використання відповідних результатів в освітній політиці
2015	Світовий Освітній Форум у м. Інчхон (Південна Корея), результатом якого стала Інчхонська декларація «Освіта 2030», що визначає стратегічні цілі і пріоритети розвитку освіти на всіх рівнях у довгостроковій перспективі

Джерело: складено авторами за [2; 3; 4, с. 7; 5]

Міжнародною установою, яка на глобальному рівні формує методологію моніторингу основних тенденцій розвитку освіти, є Інститут статистики ЮНЕСКО (*ІС ЮНЕСКО, англ. UIS*). Інститут забезпечує відкритий доступ до бази даних, які характеризують національні, регіональні та глобальні освітні системи, а також їх конкурентоспроможність на основі рейтингів. База даних ІС ЮНЕСКО є унікальним інструментом для аналізу та міжнародних порівнянь потоків іноземних студентів [6].

Міжнародною інституцією, яка генерує ідеї у галузі підвищення якості освіти, надає відповідні рекомендації урядам розвинених країн, є Комітет із питань освітньої політики Організації економічного співробітництва та розвитку (*ОЕСР, англ. OECD*). У своїй діяльності Комітет враховує відповідні мандати Центру з питань досліджень та інновацій у галузі освіти, Програми інституційного управління в галузі вищої освіти (*англ. IMHE*), Програми оцінювання іноземних студентів (*англ. PISA*) та Програми міжнародного оцінювання компетенцій дорослих (*англ. PIAAC*). Аналітика ОЕСР із проблем вищої освіти та формування відповідної політики представлена широким спектром журналів, звітів, оглядів та інформаційних повідомлень (табл. 2).

Рис. 1. Архітектоніка інституційного середовища забезпечення якості у вищій освіті

Таблиця 2

Інформаційно-аналітичні видання ОЕСР з питань вищої освіти

Тематичні групи публікацій	Назва публікації
– Програми інституційного управління в галузі вищої освіти	«Стан вищої освіти», квартальні звіти, журнал «Управління вищою освітою та політика», новини ОЕСР: е-бюлетень та інформації про заходи Програми (IMHE)
– Програми оцінювання іноземних студентів	«Результати PISA-тестувань», «PISA in Focus» (короткі огляди роботи Програми)
– Програми міжнародного оцінювання компетентностей	«Обстеження компетентностей дорослих», «Навички дорослих у фокусі»
– Інші програми ОЕСР у галузі освіти	Звіти «Гендерна рівність в освіті: здібності, поведінка, впевненість», «Студенти, комп'ютери і навчання»
– Інші публікації ОЕСР у галузі освіти	«Огляд освіти» («Education at a Glance»), «Освітні індикатори у фокусі» («Education Indicators in Focus»)

Джерело: складено авторами за [7]

За ініціативи та підтримки ОЕСР запроваджено міжнародний моніторинг якості вищої освіти, розроблено методологію аналізу стратегій інтернаціоналізації вищої освіти. Суттєвим внеском ОЕСР стали «Директиви із забезпечення якості у сфері транснаціональної вищої освіти» [8, с. 9], розроблені спільно з ЮНЕСКО.

Неурядовою організацією, яка об'єднує ЗВО у 150 країнах світу і співпрацює з різноманітними регіональними та національними органами, є Міжнародна асоціація університетів (*МАУ, англ. IAU*). Основними завданнями МАУ є створення гнучкої правової бази, що регламентує взаємини ЗВО, представлення і захист їхніх інтересів на світовій арені. Фінансову підтримку своїх членів організація здійснює через систему грантів і премій. Інформаційно-аналітичними виданнями МАУ є «Міжнародний довідник університетів», журнал «Система вищої освіти», газета «IAU», аналітичний збірник «Питання вищої освіти», щорічні звіти про діяльність Асоціації [9].

Громадською організацією, яка на міжнародному рівні забезпечує методологічну та організаційну підтримку розвитку якості вищої освіти через інструменти ранжування, є Наглядова Рада з академічного рейтингування та якості освіти Міжнародної експертної групи з рейтингування (*англ. IREG Observatory*). IREG є світовим координатором університетських рейтингів [10]. У відповідь на зростаючу протягом останніх років увагу до рейтингів університетів Рада започаткувала процедуру аудиту національних, регіональних та світових університетських (академічних) рейтингів на основі Берлінських принципів рейтингування.

Інституційне середовище глобальної системи вищої освіти еволюціонує шляхом розвитку мережі професійних організацій у галузі забезпечення якості і моніторингу ефективності освітньої політики. Так, постійно збільшується Міжнародна мережа агентств забезпечення якості вищої освіти (*ММАЗЯВО, англ. INQAAHE*), яка станом на початок 2017 року охоплювала 265 членів із 92 країн. Головними цілями діяльності ММАЗЯВО є виконання та поширення результатів оцінки й аналізу систем менеджменту якості вищої освіти та їх ефективності, надання консультативної підтримки членам мережі у визначенні стандартів діяльності ЗВО за межами національних кордонів та інформування з питань визнання міжнародних кваліфікацій.

Останнім часом окремі групи дослідників та експертів об'єднуються, формуючи нові інституційні структури наднаціонального рівня. Серед найбільш відомих – Товариство з досліджень у галузі вищої освіти (*англ. SRHE*), Асоціація з вивчення вищої освіти (*англ. ASHE*), Консорціум дослідників вищої освіти (*англ. CHER*), Центр дослідження політики в системі вищої освіти (*порт. CIPES*), Центр міжнародної вищої освіти (*англ. CIHE*).

Одним із потужних регіональних рівнів забезпечення якості та соціальної відповідальності у вищій освіті є європейський. У Лісабонській стратегії «Європа 2020» [11] цей регіон задекларував свій намір стати найбільш динамічною й інтелектуальною економікою світу. Підвищення ефективності та міжнародної привабливості у вищій освіті стало одним із головних завдань для досягнення цієї мети.

Організаціями, які на різних рівнях сприяють підвищенню конкурентоспроможності європейського простору освіти та його провайдерів, є Рада Європи; агентства Європейського Союзу (Агентство з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури, Європейський центр розвитку професійної освіти та Європейська навчальна фундація); Міжнародна асоціація президентів університетів; Європейська асоціація ЗВО; Європейська асоціація університетів; Європейський союз студентів; Європейська мережа із забезпечення якості вищої освіти; Європейський консорціум акредитацій; Транснаціональний європейський проект оцінювання; Центрально- і Східноєвропейська мережа із забезпечення якості вищої освіти; Скандинавська мережа із забезпечення якості вищої освіти та інші.

Загалом кожна з організацій-членів європейського освітнього простору є представником певної наднаціональної спільноти: політичної, академічної, професійної, наукової, студентської, зацікавленої у конкурентоспроможності вищої освіти в Європі.

Провідну роль у виконанні програм ЄС у галузі освіти відіграє Агентство з питань освіти, аудіовізуальних засобів і культури (*АОАЗК, англ. EACEA*). Через АОАЗК фінансуються програми «Еразмус +» (Erasmus +); «Креативна Європа» (Creative Europe); «Європа для громадян» (Europe for Citizens); «Європейське волонтерство» (European Voluntary); «Еврідіка» (Eurydice). У межах проекту Eurydice Network Агентство забезпечує порівняльними даними та аналізує освітні системи і політику 38 країн Європи. З 2011 р. АОАЗК публікує тематичні звіти, спеціальні дослідження та огляди («Структурні індикатори моніторингу освітніх систем в Європі»), «Факти та цифри», «Фокус» та інші матеріали, що стосуються вищої освіти і відповідної політики [12].

Функції зовнішнього оцінювання якості вищої освіти в Європі реалізує Європейська мережа забезпечення якості вищої освіти (*ЄМЗЯВО, англ. ENQA*). Одним із головних результатів діяльності ЄМЗЯВО за останні роки є затвердження Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти – ЄПВО (Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area, *ESG*). Другим кроком у практичній реалізації стандартів стало створення Європейського реєстру забезпечення якості (*ЄРЗЯ, англ. EQAR*) вищої освіти з метою формування бази даних про надійні агенції із забезпечення якості освіти, що працюють у Європі, а також підвищення довіри до ЗВО.

Найбільшою за кількістю учасників організацією, що представляє університети в Європі через систему гло-

бального партнерства, є Європейська асоціація університетів (*ЄАУ, англ. EUA*). Організація нараховує понад 850 членів (університетів та національних ректорських конференцій) у 47 країнах. ЄАУ чітко формулює бачення майбутніх європейських університетів – академічних установ широкого диверсифікованого профілю і власною стратегією розвитку.

Підвищення конкурентних позицій європейських ЗВО у глобальному освітньому просторі – одне із завдань Європейської асоціації ЗВО (*ЄАЗВО, англ. EURASHE*). Асоціація є ініціатором/партнером у багатьох проектах, що стосуються співпраці «університет-бізнес» (WEXHE, SAPS, UBC, SEPHE), підвищення якості професійно-технічної освіти (EUproVET, BEEHiVES, PROCSEE), покращення успішності студентів (CALOHEE, AHELO).

У системі інституційного забезпечення конкурентоспроможності європейської вищої освіти, окрім провайдерів освітніх продуктів, широко представлені їх споживачі. У 1982 р. було засновано Європейський союз студентів (*ЄСС, англ. ESU*). Метою ЄСС є представлення соціальних, економічних і культурних інтересів студентів на європейському рівні. Свідченням функціонального різноманіття діяльності ЄСС є тематика реалізованих проектів: «Участь студентів у створенні європейського простору вищої освіти» (2001), «Забезпечення якості та акредитація» (2003), «Фінансування вищої освіти» (2005), «Якість вищої освіти очима студентів» (2012)», «Реформування освітніх систем і працевлаштування випускників» (2014) [13].

Головним центром досліджень системи вищої освіти європейських країн є Європейська асоціація дослідників освіти (*ЄАДО, англ. EERA*), яка об'єднує понад 30 національних і регіональних асоціацій. Професійним виданням Асоціації є «Європейський журнал досліджень у галузі освіти» (European Educational Research Journal). Всесвітньо визнаними є також результати досліджень Американської асоціації дослідників освіти (*англ. AERA*), представлені у власних журналах Асоціації: «American Educational Research Journal», «Educational Researcher», «Review of Educational Research».

Національні системи забезпечення якості вищої освіти охоплюють мережу стейкхолдерів, що діють на рівні держав, які вони представляють, відповідно до прийнятих норм права, стандартів, культури і традицій. Кожна країна європейського простору має національні особливості у забезпеченні якості вищої освіти, дотримуючись при цьому Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості (ESG).

Приєднавшись у 2005 р. до Болонського процесу, Україна взяла на себе зобов'язання приведення якості національної системи вищої освіти у відповідність до європейських стандартів. У 2005 р. ухвалено Положення про Український центр оцінювання якості освіти (*УЦОЯО*), який з 2008 р. забезпечує проведення зовнішнього незалежного оцінювання та зарахування до ЗВО за результатами зовнішнього тестування. У 2008 р. Україна стала повноправним урядовим членом Європейського реєстру забезпечення якості, продовжуючи курс на інтеграцію в європейський освітній простір.

Важливим етапом у розвитку національної системи освіти в Україні стало створення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (*НАЗЯВО*) – незалежного постійно діючого колегіального органу, уповноваженого на реалізацію державної політики у сфері забезпечення якості вищої освіти [14, ст. 16-17]. Відповідно до статті 18 Закону України «Про вищу освіту» актуальними для реалізації на рівні НАЗЯВО є такі основні завдання, як: 1) формування вимог до системи забезпечення якості вищої освіти, розроблення положень про акредитацію освітніх програм; 2) вибір критеріїв оцінки та аналіз якості освітньої діяльності ЗВО; 3) експертиза щодо видачі ліцензії на провадження освітньої діяльності; 4) акредитація освітніх програм, спеціалізованих учених рад і незалежних установ оцінювання.

Одним із пріоритетів подальшого розвитку системи гарантування якості, визначених Стратегією реформування вищої освіти в Україні до 2020 року, є приєднання НАЗЯВО до мережі агенцій Центральної та Східної Європи (*англ. CEENQA*). Питання розглядалося під час міжнародної зустрічі в Дюссельдорфі на початку 2017 р. в межах грантової програми Erasmus plus: «Система забезпечення якості освіти в Україні: розвиток на основі Європейських стандартів та рекомендацій».

Національне інституційне середовище забезпечення якості та конкурентоспроможності системи вищої освіти в Україні представлене широкою мережею громадських організацій. Однією з найпотужніших серед них є Інститут лідерства, інновацій та розвитку (ІЛІР). Місією ІЛІР є запровадження інновацій задля професійного та організаційного розвитку врядування, менеджменту та освіти, а в основі його діяльності – реалізація міжнародних і національних освітніх проектів. Командою Інституту з 2006 р. реалізовано понад 700 освітніх заходів, серед яких найбільш масштабним є виконання функцій Національного «Еразмус +» офісу в Україні на період діяльності нової програми ЄС «Еразмус +» (2015-2020 рр.) [16].

Одним із провідних аналітичних центрів за напрямом «вища освіта», громадською інституцією, яка сприяє забезпеченню якості вищої освіти в Україні, є аналітичний центр CEDOS. Проектами Центру є Моніторинг процесу реформування вищої освіти в Україні, Рейтинг прозорості національних ЗВО, розроблення нової моделі державного замовлення на підготовку фахівців, дослідження професійного та соціально-економічного становища викладачів.

Сприяння створенню нової моделі організації вищої освіти, адекватної викликам глобалізованого світу, шляхом проведення досліджень, експертиз, консультацій, розроблення рекомендацій і прогнозів у сфері ВО є головною метою Міжнародного фонду досліджень освітньої політики (*МФДОП*). Фонд розвиває спеціалізовану базу даних про розвиток національних систем ВО в Україні та країнах Центральної і Східної Європи. За період 2012-2017 рр. за участю МФДОП реалізовані такі проекти, як [17]: «Моніторинг інтеграції української системи вищої освіти в Європейський простір вищої освіти та наукового дослідження» (2012-2014 рр.); Україно-польський проект «Інноваційний університет та лідерство» (2014-2015 рр.); «Вища освіта України: моніторинг інтеграції в європейський освітній простір» (за ініціативи Міжнародного фонду «Відродження», 2013-2014 рр.); «Від університетської автономії та академічної етики до суспільства, вільного від корупції» (за підтримки Польського фонду міжнародної співпраці з питань розвитку «Знати як», 2012 р.).

Однією з наймолодших громадських структур в Україні, діяльність яких пов'язана з розвитком наукової компетентності дослідників у галузі освіти, є Українська асоціація дослідників освіти (*УАДО*). З червня 2016 року Асоціація реалізує грантовий проект посольства США в Україні «Підтримка реформування вищої освіти в Україні». Метою проекту є підвищення рівня професіоналізму університетів у навчальній та науковій діяльності, залучення викладачів до обміну академічним досвідом, проведення емпіричних досліджень в освіті. У 2017 році УАДО отримала статус повноправного члена Європейської асоціації дослідників освіти.

Попри стрімку розбудову національного інституційного середовища забезпечення якості та соціальної відповідальності вищої освіти, посилення міжнародної співпраці у цій сфері низка експертів (В.І. Луговий, О.І. Шарова, Ж.В. Таланова, Т.В. Фінікова, О.І. Серняк та ін.) вважає, що в Україні досі існує пріоритет державних інтересів над суспільними [18, с. 44].

Головними агентами якості у системі вищої освіти України залишаються інститути державної влади, які формулюють вимоги до якості, контролюють та оцінюють діяльність учасників ринку освітніх послуг. Нерідко виникає конфлікт інтересів стейкхолдерів, оскільки вирішальну роль у конструюванні системи забезпечення якості відіграє державне управління, а внесок інших учасників є мінімальним. Внаслідок цього ключовою установкою для ЗВО є успішність формального звітування щодо якості перед органами державного контролю.

Однією з концептуальних засад підвищення якості вищої освіти в Україні окремі дослідники [19] вважають запровадження інституту незалежних освітніх аудиторів. Для реалізації такої ідеї пропонують два способи. Перший – еволюційний, коли незалежні аудитори працюватимуть паралельно з НАЗЯВО, інший – революційний, коли держава повністю передає функції з ліцензування й акредитації громадській організації незалежних освітніх аудиторів. Основним завданням як еволюційного, так і революційного шляху запровадження інституту незалежних освітніх аудиторів має стати не створення соціального класу освітніх аудиторів і навіть не боротьба з корупцією, а стимулювання внутрішнього освітнього аудиту. Лише запровадження та розвиток внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти, розвиток культури якості перетворить українські ЗВО на конкурентоспроможні центри глобального простору вищої освіти.

Висновки. З'ясовано, що інституційне середовище забезпечення якості вищої освіти є складною системою формальних і неформальних інститутів, насамперед національних і наднаціональних організацій, кожна з яких є представником певної спільноти (політичної, академічної, професійної, наукової, студентської). Ці інституції взаємодіють задля реалізації найважливіших програм і проектів забезпечення якості вищої освіти та ефективності освітньої політики загалом. Результатом їх діяльності є формування нового глобального простору вищої освіти і підвищення соціальної відповідальності стейкхолдерів за якість.

Україна як учасниця ЄПВО перебуває у пошуку ефективних механізмів реформування власної освітньої системи. В умовах глобалізації використання країною потенціалу міжнародного інституційного середовища є одним із визначальних чинників удосконалення національної системи вищої освіти. Проте, як свідчить міжнародний досвід, її головним драйвером є розвиток внутрішньої системи забезпечення якості кожного провайдера вищої освіти.

Список використаних джерел:

1. Савицька Н.Л. Інституціональні проблеми взаємодії стейкхолдерів у вищій освіті [Електронний ресурс] / Н.Л. Савицька // Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: зб. наук. пр. 6 Всеукр. наук.-практ. конф. – Полтава: Полтав. нац. пед. ун-т ім. В. Г. Короленка. – 2015. – С. 48-52. – Режим доступу: http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4323/1/Savicka.pdf
2. History of the Education Sect., UNESCO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.unesco.org/themes/education-21st-century/about-us/History
3. Global Initiative for Quality Assurance Capacity (GIQAC) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unesco.org/new/en/education/themes/ strengthening-education-systems/higher-education/quality-assurance/giqac
4. Шевченко Л.С. Соціальна відповідальність вищих навчальних закладів: аспект якості освіти / Л.С. Шевченко // Вісник НУ «Юридична академія України ім. Ярослава Мудрого». – 2011. – № 4(7). – С. 5-15.
5. Education 2030: Towards Inclusive and Equitable Quality Education and Lifelong Learning for All (Incheon Declaration) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unesdoc. unesco.org/images/0023/002338/233813M.pdf
6. UNESCO Institute for Statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uis.unesco.org
7. OECD. Education [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oecd.org/education
8. UNESCO/OECD. Guidelines for Quality Provision in Cross-Border Higher Education. – Paris: OECD, 2005. – 40 p.
9. International Association of Universities (IAU) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iau-aiu.net/node/43
10. IREG Ranking Audit Manual [Електронний ресурс] / IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence, November 2011, 24 p. – Режим доступу: http://www.ireg-observatory.org/pdf/ranking_audith_audit.pdf
11. EUROPE 2020 – A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth (Annex 1 – Europe 2020: an Overview) [Електронний ресурс] / EUR-Lex. European Commission. Retrieved 25 September 2015. – Режим доступу: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF
12. EACEA. Eurydice / European Comm. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://webgate.ec. europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/index.php/Main_Page
13. ESU. European Students' Union [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.esu-online.org/about
14. Про вищу освіту: Закон України № 1556-VII від 01.07.2014 р. // Відомості Верховної Ради. – 2014. – № 37-38, ст. 2004.
15. ERASMUS +: QUAERE project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://projects.nmu.org.ua/ua/erasmus/quaere.php
16. Інститут лідерства, інновацій та розвитку: офіційна веб-сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу:.http://ilid.org.ua
17. Міжнародний фонд досліджень освітньої політики: реалізовані проекти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.edupolicy.org.ua/ _dx/main_ua/projects_ua/finalized-projects_ua.html
18. Моніторинг інтеграції української системи вищої освіти в Європейський простір вищої освіти та наукового дослідження: аналіт. звіт / Міжнарод. благод. Фонд «Міжнарод. Фонд дослідж. освіт. політики»; за заг. ред. Т.В. Фінікова, О.І. Шарова. – К.: Таксон, 2014. – 144 с.
19. Серняк О. Запровадження інституту незалежних освітніх аудиторів як механізму громадського контролю якості вищої освіти в Україні [Електронний ресурс] / Олег Серняк // Освітні тренди (23 квітня 2016 р.). – Режим доступу: http://www.edu-trends.info/education-auditors

Аннотация. В статье изучена роль и функции глобальных, региональных и национальных институтов в обеспечении качества высшего образования. На основе принципов системного подхода и комплементарности предложена логико-структурная схема, которая определяет архитектонику институциональной среды обеспечения качества высшего образования на национальном и наднациональном уровнях. Особое внимание сосредоточено на правовых и организационных институтах европейской системы качества в высшем образовании. Систематизированы информационно-аналитические издания, обеспечивающие поддержку управленческих решений в области конкурентоспособности, в том числе качества высшего образования в странах Организации экономического сотрудничества и развития. Определены основные составляющие институционального обеспечения качества высшего образования в Украине и направления их развития в условиях глобальной образовательной среды.

Ключевые слова: высшее образование, интернационализация образования, обеспечение качества, институциональная среда, глобальное образовательное пространство.

Summary. The role and functions of global, regional and national institutions for quality assurance in higher education are studied in the article. On the basis of principles of system approach and complementarity, the structural scheme, determining the architectonics of the institutional environment for quality assurance in higher education at national and supranational levels, is proposed. Particular attention is focused on legal and organizational institutions of the European quality system in higher education. Informational and analytical publications supporting management decisions on the competitiveness, as well as quality of higher education in the countries of the Organization for Economic Cooperation and Development are systematized. The main components of the institutional quality assurance in higher education in Ukraine and directions of their development in terms of the global educational environment are defined.

Key words: higher education, internationalization of education, quality assurance, institutional environment, global education area.

УДК 334.025:658.15

Грушина А. І.
аспірант кафедри публічного управління та гуманітарних наук
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

Hrushyna A. I.
Postgraduate,
National Academy of Supervisory Frame of Culture and Arts

МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ

MECHANISM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES OF CULTURAL ENTERPRISE

Анотація. У статті розглянуто основні вектори управління в галузі культури на рівні держави. Виокремлено основні структурні елементи системи стратегічного управління підприємством, що на відміну від інших забезпечують оптимізацію структури джерел їх функціонування. Запропоновано механізм реалізації стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств.

Ключові слова: стратегічне управління, фінансові ресурси, механізм реалізації, підприємства культури.

Постановка проблеми. Культурно-мистецький сектор являє собою економіку змішаного типу. Тобто одні послуги надаються безпосередньо державою (державними, комунальним підприємствами), інші – комерційними закладами, при цьому варто враховувати також і громадські та неприбуткові організації. У країнах розвиненого типу державне регулювання соціокультурного сектору є базовим інструментом підтримки та розвитку галузі культури і мистецтва. Україна також притримується методу повної опіки над культурно-мистецькими закладами, яка передбачає утримання їх за рахунок бюджетних коштів, що не до кінця є виправданим та обґрунтованим в умовах ринкової економіки. Так, доцільним є зауважити те, що державний сектор у сфері культури є низькоактивним, оскільки несхильний до підприємництва та не вважає виправданим цей ризик, що впливає на результат розвитку культури і мистецтва, який ми спостерігаємо сьогодні. А тому єдиною сильною стороною як організацій державного підпорядкування, так і розвитку приватного сектору є ефективний механізм стратегічного управління фінансовими ресурсами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням стратегічного управління фінансовими ресурсами як системи та механізму займались такі науковці, як І. Балабанов, І. Бланк, Н. Розумович, Л. Дорохова, О. Черевко та ін. Проте основні результати дослідників спрямовані на вирішення проблем стратегічного управління підприємствами. Так, через специфіку діяльності закладів культури механізм

реалізації стратегічного управління підприємствами потребує науково-теоретичного та практичного вдосконалення, зокрема в контексті управління фінансовими ресурсами.

Метою статті є дослідження концептуальних основ та формування механізму реалізації стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури. Це зумовило виконання таких завдань, як аналіз основних складників системи стратегічного управління, алгоритму прийняття управлінських рішень щодо розвитку підприємств культури та стабілізації їх фінансового стану.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні переважна кількість підприємств (у тому числі галузі культури) переживає фінансові труднощі, що пов'язано як із загальнодержавними проблемами (нестабільність політичної ситуації, спад виробництва, недосконалість законодавчої бази), тобто зовнішнім середовищем, так і з внутрішніми (незбалансованість фінансових потоків, неефективний менеджмент тощо). За умов кризової економіки зміцнення фінансової стабільності підприємств за допомогою стратегічного управління та використання потенціалу внутрішніх і зовнішніх механізмів є вирішальним фактором ефективної діяльності окремих суб'єктів господарювання та національної економіки загалом. Одним із таких механізмів, що мають на меті уникнення кризового стану, є стратегічне управління фінансовими ресурсами залежно від виявлених факторів та сили їх впливу на діяльність підприємства.

Постає необхідність побудови такої системи (моделі) управління, яка спроможна забезпечити ефективне застосування таких засобів та методів, як самоорганізація і самоокупність за рахунок змішаного фінансування, аналіз отриманих результатів, планування і прогнозування, правильний розподіл ресурсів і витрат, управління ризиками. Такі інструменти притаманні стратегічному управлінню фінансами як на рівні держави так і на рівні суб'єкта підприємницької діяльності, але мають дещо різні методи їх реалізації, а тому їх неузгодженість відображається на результатах діяльності підприємств.

Таким чином, під час формування цілісної системи стратегічного управління фінансовими ресурсами потрібно керуватися принципом системності, формуючи комплекс управлінських стратегічних рішень, спрямований на досягнення поставлених цілей з урахуванням оптимізації структури джерел функціонування, їх розподілу, використання і відтворення. Базисом системи стратегічного управління фінансовими ресурсами є механізм формування стратегічних рішень щодо регулювання фінансових потоків та діяльності, головними елементами якого є методи та форми управління фінансовими ресурсами, а також система інформаційно-аналітичного, нормативно-правового та програмно-технічного забезпечення.

За результатами попередніх досліджень [1, с. 79] доходимо висновку, що у формуванні методів стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств культури (зокрема, кіноіндустрії) участь держави як основного гаранта розвитку та підтримки галузі, її фінансування та нормативно-правового забезпечення є обов'язковою та принциповою.

Опираючись на результати проведених нами теоретичних та практичних досліджень, висновків експертів, можна дійти висновку про неефективність механізму стратегічного управління культурно-мистецьким комплексом з боку держави, а то й повну його відсутність. Необхідно наголосити, що перелік чинних нормативно-правових документів, стратегій, концептуальних програм фінансування, концепцій розвитку економіки загалом та галузі культури і мистецтва зокрема потребують суттєвих доопрацювань та поправок. Нами відзначено один із найважливіших факторів, що безпосередньо впливає та закладений в основу розвитку підприємств кіноіндустрії, – виокремлення галузі культури як стратегічного напряму державної політики України.

Тобто під час формування ефективного механізму стратегічного управління фінансовим забезпеченням підприємств культури обов'язковим є врахування та компонування двох підсистем, таких як державне регулювання фінансовим забезпеченням та розвитком підприємств галузі культури, управління їхньою фінансовою стабільністю на макрорівні. Адже підґрунтям стійкого економічного зростання в Україні є економічна стабільність, яка можлива лише за конкурентного реального сектору економіки. Таким чином, підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності сприятиме формуванню ефективної системи управління їх фінансовим станом.

Тому доцільно проаналізувати затверджені на законодавчому рівні наявні гаранти стратегічного розвитку галузі культури з метою оцінки їх реалістичності та сформувати практичні рекомендації щодо їх удосконалення.

Так, Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» [2] сьогодні є основним документом, що містить у своїй структурі мету, рух за основними векторами (розвиток, безпека, відповідальність і гордість), дорожню карту, пріоритети та ключові показники оцінки результатів упровадження реформ щодо становлення і розвитку України. Зазначена стратегія містить 62 реформи та програми, з них 10 першочергових, у переліку яких галузь культури не зазначається.

Децентралізація та реформа державного управління сьогодні є однією з небагатьох, що стартувала та приносить свої результати, зокрема, реформа місцевого самоврядування (децентралізація). За період 2014-2017 рр. було затверджено Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади, закон

Рис. 1. Складники системи стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств

«Про добровільне об'єднання територіальних громад», 8 квітня 2015 р. видано постанову «Про затвердження методики формування спроможних територіальних громад», 28 грудня 2014 року ухвалено закон «Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин» [3]. Як результат – ріст довіри до влади, суми місцевих бюджетів зросли, а відповідно спостерігаємо тенденцію розвитку за певними видами діяльності в галузі.

Програма створення бренду «Україна» націлена на позиціонування держави у світі, а не перед її населенням. Програма спрямована на те, щоб за допомогою реалізації цілого комплексу політичних, економічних, соціальних та культурних загальнонаціональних реформ і програм позиціонувати Україну на геополітичній карті світу. Реалізація поставленої мети потребує співпраці не лише державних структур, а й професійних та творчих об'єднань, залучення неурядових інститутів, експертного середовища, громадських організацій та представників бізнесу.

В умовах формування позитивного іміджу країни, на думку багатьох фахівців, саме кінематографія посідає вагоме місце. Адже факт культурного розвитку та підтримки з боку держави культурних індустрій, результати яких представляються на міжнародній арені, є невід'ємним фактором успіху в плані економічного розвитку і стабільності кожної держави. Таким чином, кінематографія постає інструментом забезпечення інформаційної безпеки країни (в контексті піратства тощо), культурно-виховної функції з боку держави, розбудови позитивного іміджу України та стратегічним ресурсом соціально-економічного, культурного розвитку суспільства [4].

Тому стратегічно важливим для України є прийняття концепції «Державної програми розвитку національної кіноіндустрії на 2013-2018 роки» та реформи державної політики у сфері культури загалом. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» включає таку реформу та програму розвитку національного кіновиробництва. Текст останньої відображено на просторах мережі Інтернет під позначкою «неофіційний текст». Тим не менше, саме з випуску повнометражного кіно встановлено чіткі показники оцінки ефективності проведених реформ у вигляді стратегічного індикатора реалізації стратегії розвитку «Україна – 2020» – «20 фільмів українського виробництва вийдуть у широкий прокат у 2020 році».

Щодо зазначеного показника у стратегії також запропоновано перелік індикаторів, який, на думку керівництва держави, є індикатором оцінки ступеня ефективності реалізації реформ. Нашу увагу привернули індикатори вектора гідності, а саме «Глобальний індекс конкурентоспроможності у боротьбі за таланти» та «Кількість фільмів у широкому прокаті українського виробництва у 2020 році».

Член Правління Української асоціації оцінювання політик, програм і проектів М.В. Сава в своєму експертному висновку щодо системи моніторингу та оцінки Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» відзначив, що низка показників містять досить широкі формулювання, а це, відповідно, знизить точність висновків. Наприклад, питання щодо показника «Кількість фільмів у широкому прокаті українського виробництва у 2020 році» – «Які критерії широкого прокату?» [5, с. 3].

Із цих міркувань потребують доопрацювання у контексті забезпечення збалансованості державного бюджету у середньостроковій перспективі, послідовності бюджетної політики та передбачуваності розподілу бюджетних коштів на користь підприємств сфери культури такі нормативні документи, як «Основні напрями бюджетної політики на 2018-2020 роки», «Середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року».

Крім того, пропонуємо розроблення окремих концептуальних стратегій розвитку у контексті належного позиціонування сфери культури як пріоритетної галузі національної економіки України (із залученням провідних спеціалістів, науково-дослідних працівників, міжнародних та вітчизняних незалежних експертів, практиків), внесення змін та доповнень до чинних нормативних документів, які визначають та регулюють діяльність підприємств сфери культури.

З метою оцінки ефективності реалізації стратегічних заходів культурної політики, спрямованих на формування умов для залучення в галузь додаткових позабюджетних фінансових ресурсів, доцільним є використання таких

Рис. 2. Схема організаційного забезпечення реалізації управлінського рішення

індикаторів, як динаміка позабюджетних доходів підприємств і установ сфери культури (у номінальних і реальних цінах); питома вага позабюджетних доходів підприємств і закладів сфери культури України загалом; чисельність суб'єктів сфери культури, що перебувають у приватній власності (як у кількісному вираженні, так і у відсотковому співвідношенні).

Отже, можна дійти висновку, що в умовах сьогодення державні органи влади є першочерговими елементами системи організаційного забезпечення реалізації стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств галузі культури. Тобто у процесі реалізації системи стратегічного управління як комплексного процесу першочерговим етапом буде затвердження всіх відповідних нормативно-правових актів, стратегій та концепції на державному рівні (рис. 2).

Забезпечення реалізації стратегічного управлінського рішення за своєю ієрархією від органів законодавчої вдали переходить (загальнодержавний рівень) до органів обласних та районних рад (регіональний рівень) та до субрегіонального рівня – громадські ради та об'єднання.

Таким чином, система стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури повинна відображати взаємозв'язок логічної моделі управління фінансами на основі стратегічних підходів розвитку підприємства, враховуючи при цьому методи, важелі й інструменти суб'єктів управління державної вертикалі, базуючись на внутрішніх засадах стратегічного управління та фінан-

Рис. 3. Механізм стратегічного управління фінансовими ресурсами закладів культури

сової політики організації, що формуються під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища (рис. 3).

За цих обставин доцільно запровадити заходи щодо переходу базової мережі закладів культури від повного бюджетного забезпечення їхньої діяльності на систему самофінансування згідно з принципом достатньої відстані (arm's length principle) шляхом введення повноцінної оплати надаваних послуг, що надавалися безкоштовно або ж були дотаційними. Відповідно до британського принципу достатньої відстані, що успішно імплементований в економіку країн СНД, держава здійснює частково фінансову підтримку підприємств галузі культури, проте мінімізує регулювання у цій сфері. Це дає змогу як закладам культури державної форми власності, так і комерційному сектору розпоряджатися на власний розсуд фінансовими ресурсами та особисто нести відповідальність за конкретні фінансові рішення.

Так, за словами дослідника Р. Фішера, перевагою зазначеного вище принципу є механізм чіткого розмежування та збалансованості з метою уникнення концентрованого державного регулювання. При цьому у разі залучення додаткових фахівців та експертів до процесу стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств цей принцип дає змогу знизити рівень впливу суб'єктів державної влади на діяльність організацій [6].

Таким чином, концепція формування стратегії управління фінансовими ресурсами будь-якого підприємства (зокрема, галузі культури) являє собою систему адекватного і збалансованого поєднання довгострокових цілей фінансової діяльності й основних факторів, що здійснюють вплив на фінансову діяльність суб'єкта підприємницької діяльності.

Висновки. Результати наукового дослідження дають змогу дійти таких висновків:

– основними елементами системи стратегічного управління є методи та форми управління фінансовими ресурсами, а також система інформаційно-аналітичного, нормативно-правового та програмно-технічного забезпечення, при цьому обґрунтовано участь держави у процесі прийняття управлінських стратегічних рішень;

– запропоновано концепцію, яка враховує державне нормативно-правове регулювання галузі культури та регулювання фінансово-господарської діяльності підприємства, ринковий механізм регулювання у вигляді конкуренції, внутрішній механізм регулювання діяльності фірми, який передбачає планування, організацію, мотивацію, реалізацію, управління, контроль та оцінку ефективності поряд з аналізом, методами подолання виявлених проблем, мобілізації ресурсів, а також систему методів управління фінансовою діяльністю підприємства, що становить основу механізму реалізації стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств галузі культури.

Концептуальний підхід передбачає синтез сучасних ключових механізмів формування та реалізації стратегії управління фінансовими ресурсами підприємств культури, а саме – механізм визначення критеріїв оптимальності, прогнозування показників ефективності управління фінансовими ресурсами, управління інвестиційним розвитком.

Список використаних джерел:

1. Грушина А.І. Система стратегічного управління фінансовими ресурсами та її специфіка у сфері культури / А.І. Грушина – Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії – № 3(03) 2016 – С. 75-80.
2. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» / Президент України // Указ, Стратегія від 12.01.2015 № 5/2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015
3. The Guid Reforms. Реформи / Реформа децентралізації. Режим доступу до ресурсу: http://reformsguide.org.ua/ua/reforms/decentralizationreform/
4. Проект Національної стратегії розвитку кіноіндустрії України на 2015-2020 рр. / Державне агентство України з питань кіно. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dergkino.gov.ua
5. Сава Е.В. Експертний висновок про систему моніторингу та оцінки Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» / Е.В. Сава – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukreval.org/images/news/2017-03-17-NEDeksp/Ekspertyza_Ukraina_2020_15.3.2017.pdf
6. Fisher R. Introduction to the Position of Independent or Quasi Independent Agencies & Foundations in Cultural Sector in Britain / R. Fisher // A Report to the CIRCLE Round Table. – 1994. – 58 p.

Аннотация. В статье рассмотрены основные векторы управления в области культуры на уровне государства. Выделены основные структурные элементы системы стратегического управления, которые обеспечивают оптимизацию структуры источников функционирования. Предложен механизм реализации стратегического управления предприятиями.

Ключевые слова: стратегическое управление, финансовые ресурсы, механизм реализации, предприятия культуры.

Summary. In this paper, we consider the main vectors of governance in the field of culture at the state level. The main structural elements of the system of strategic management are distinguished, which, unlike the others, provide optimization of the structure of the sources of functioning. The mechanism of realization of strategic management of financial resources of enterprises is offered.

Key words: strategic management, financial resources, mechanism of realization, enterprises of culture.

УДК 338

Гудзь Ю. Ф.
кандидат економічних наук, доцент,
Донецького національного університету економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (м. Кривий Ріг, Україна)

Gudz Y. F.
Candidate of science in Economics (PhD),
AssociateProfessor,
Donetsk National Universityof Economics and Trade
named after MykhayiloTugan-Baranovsky (Krivoy Rog, Ukraine)

АКМЕОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА АПК

ACMEOLOGICALAPPROACH IN FORMATION OF STRATEGY OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISESTATE (AGRIBUSINESS)

Анотація. Розглянута нова парадигма стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства, що передбачає формування методології дослідження економічного потенціалу, зміну на діалектичних засадах закономірностей його структуризації та методів оцінки. Сформовано вихідні положення парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу, визначено ключові аспекти, принципи реалізації парадигми розвитку економічного потенціалу та її орієнтованість на потреби управління підприємства. Запропоновано акмеологічний підхід до формування парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу, де закладено вирішення проблеми реалізації невикористаного потенціалу підприємства для досягнення найвищого ступеня розвитку підприємства – потенційного акме.

Ключові слова: акмеологічний підхід, економічний потенціал, переробні підприємства АПК, парадигма стратегії розвитку, потенційний акме.

Постановка проблеми. Подальшого дослідження та вирішення потребує низка проблем методології стратегії формування та розвитку економічного потенціалу переробних підприємств АПК – таких як концептуальне обґрунтування стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства, розроблення цілісної концепції оцінки економічного потенціалу; пооб'єктна оцінка й аналіз економічного потенціалу, що дало би змогу підвищити результативність та ефективність в управлінні економічним потенціалом підприємств. Вимагають перегляду підходи до виявлення резервів у процесі аналізу економічного потенціалу підприємств АПК. Залишаються не до кінця вирішеними питання нормативного забезпечення оцінки та аналізу економічного потенціалу підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед наукових досліджень проблематики, пов'язаної з методологією та методами управління економічним потенціалом, значне місце займають такі аспекти, як аналіз, оцінка та управління економічним потенціалом, методика оцінки економічного потенціалу, формування та використання потенціалу. Значний внесок у вирішення цієї проблеми зробили В.Г. Андрійчук, О.І. Гончар, Р.О. Костирко, Н.С. Краснокутської, Є.В. Лапін, О.О. Орлов, О.І. Олесюк, І.П. Отенко, Л.Д. Ревуцька, І.М. Рєпіна. У дисертаційних дослідженнях науковців розглядаються в основному питання, які стосуються управління та оцінки економічного потенціалу на макро- і мікрорівнях, серед яких варто відзначити концепцію оцінки та забезпечення ефективного використання економічного потенціалу на регіональному рівні, методи дослідження економічного потенціалу за ресурсними, територіальними та відтворювальними ознаками, підходи до інтегральної та вартісної оцінки економічного потенціалу та інструментарій, теоретико-методологічний підхід до структуризації економічного потенціалу підприємств, теоретичні положення і науково-методичні підходи до формування економічного потенціалу підприємства.

Водночас, попри значні здобутки вчених, залишаються недостатньо розкритими та обґрунтованими наукові і практичні проблеми щодо нарощування економічного потенціалу АПК і формування методології та методів управління економічним потенціалом.

Сучасний стан практики аналізу й оцінки економічного потенціалу переробних підприємств АПК свідчить про необхідність розвитку його теоретичних та методологічних засад, які відповідають меті та завданням управління економічним потенціалом підприємства в нових соціально-економічних умовах. Це актуалізується такими обставинами, як відсутність фундаментальних наукових досліджень щодо стратегії розвитку економічного потенціалу, обмеженість підходу до оцінки економічного потенціалу як інструменту виявлення відхилень та аналізу невикористаного потенціалу з метою усунення чинників, які впливають на досягнення результатів, та відсутність інструментарію для створення ефективного механізму формування стратегії розвитку потенціалу підприємства.

Мета статті – розробити концептуальні основи стратегії розвитку економічного потенціалу на основі нової парадигми, сформувати методологічні положення стратегії розвитку економічного потенціалу підприємств на базі використання наукових підходів та визначених принципів і методів для структуризації управління потенціалом на переробних підприємствах АПК

Виклад основного матеріалу. Виходячи з діалектики методології стратегії економічного розвитку підприємства, можна започаткувати розвідку нової парадигми формування стратегії розвитку економічного потенціалу переробних підприємств АПК. Для початку необхідно виявити спроможність чи обмеженість напрацьованих

наукових теорій, пояснити нові факти економічної реальності в концептуальних і методологічних межах науки, усвідомити накопичений науковий доробок та визначити можливості розроблення сучасної концепції розвитку економічного потенціалу підприємства. Розмаїття теоретичних надбань та ідей зумовило концентрацію зусиль на глибшому дослідженні з метою підсумовування попереднього досвіду та пошуку шляхів побудови концепції стратегії розвитку економічного потенціалу за новою парадигмою. Вихідною умовою розроблення теоретичних засад формування та розвитку економічного потенціалу підприємства є дослідження таких наукових понять, як теорія, доктрина, парадигма.

Як зазначає академік НААН В.Г. Андрійчук [1, с. 88], методологія наукових досліджень – це сукупність методів, принципів та прийомів, що використовуються дослідником для пізнання предмета дослідження за їх певного співвідношення та субординації.

Причому методологію наукового дослідження можуть репрезентувати ті методи, принципи та прийоми пізнання, які вже створені наукою і набули практичного використання у пізнавальній діяльності різних сфер об'єктивної реальності. Під методологією певної науки науковець розуміє «сукупність специфічних методів, принципів і прийомів дослідження, важливу сутнісну змістовну основу науки, що використовується у процесі подальшого пізнання того сегмента об'єктивної реальності, який є предметом її дослідження».

Парадигма (від грец. paradigma – приклад) – «сукупність знань, що визначають конкретне наукове дослідження і визнані на цьому етапі» [2, с. 332]. Основними положеннями наукової парадигми є зміст системи наукових знань, що становлять теорії, вчення, концепції, доктрини, судження, постулати, аксіоми, проблеми, гіпотези, наукові методи, поняття, категорії [3, с. 20]. Парадигма дає цілісне уявлення щодо сфери наукового дослідження, яке засновується на законах, гіпотезах, концептах, класифікаціях. Об'єктами стратегії розвитку економічного потенціалу є окремі складники переробних підприємств АПК, дослідження яких виходить за межі можливостей окремої науки, у зв'язку з чим запропоновано використання акмеологічного підходу.

В основу акмеологічного підходу до формування парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу закладена проблема реалізації невикористаного потенціалу підприємства та досягнення найвищого ступеня розвитку переробного підприємства АПК – потенційного акме. Акмеологічний підхід до формування нової парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства – науковий підхід, який об'єднує знання природничих суспільних, гуманітарних і технічних дисциплін в області дослідження категорії «потенціалу» та вивчає феноменологію, закономірності і механізми розвитку економічного потенціалу на різних етапах життєвого циклу підприємства, особливо під час досягнення підприємством найбільш високого рівня розвитку.

Як наука акмеологія виникла у 20-30 роки XX століття, її заснування пов'язане з ім'ям академіка Б.Г. Ананьєва. «Акме» у перекладі з грецької має значення «вершина», «найвищий ступінь розквіту». Акмеологія розглядає людину як суб'єкта життєвого шляху і розробляє засоби досягнення особистістю соціальних і професійних вершин.

Наукові передумови акмеології були розроблені ще 144 року до н. е. Апполодором, представником Александрійської школи, який розглядав максимальну досконалість, як вершину в розвитку діяльності, а вершина по-грецьки називається ἀκμη При цьому під «акме» мався на увазі такий стан індивідуума, за якого досягається вищий результат його діяльності («зоряна година»), а не процес руху до цього стану. Апполодор, розвиваючи вчення про акме, позначив вищу точку розвитку як кульмінацію діяльності і ввів латинське визначення ἀκμη (акме) як floruit – (розквіт) [4]. На теперішньому етапі розвитку суспільства спостерігається інтеграція акмеології та синергетики. Практичною метою акмеології є можливість пояснити людині (керівництву підприємства), яким чином можливо рухатися далі, коли ціль, котра була поставлена на певному етапі, вже досягнута.

Розроблення парадигми передбачає побудову загальної теорії як вищої форми наукових знань. Теорія (від греч. theoria – розгляд, дослідження) – «система основних ідей в тій чи іншій області знань» [2, с. 452]. Відповідно теорія стратегії розвитку економічного потенціалу як складник наукового пізнання дає цілісне уявлення щодо розвитку в межах предмету пізнання (стану економічного потенціалу), відображає закономірні і необхідні зв'язки об'єктів розвитку та узагальнює практичний досвід розвитку підприємств. Теорія розвитку розвивається за допомогою нових постулатів, гіпотез та закономірностей, які є адекватними завданням управління економічним потенціалом. У загальному виді елементами теорії є:

1) емпіричний базис теорії – охоплює інформацію про стан об'єкта і систему розвитку та результати її логічної і математичної обробки;

2) вихідний теоретичний базис – припущення, гіпотези, закони, принципи, базові концепції, наукові підходи;

3) логічний апарат – логічні правила визначення категоріального апарату і правила формування висновків;

4) потенційні наслідки реалізації теоретичних положень.

У межах теорії окремі форми знання стають елементами цілісної концептуальної системи, які пов'язуються між собою за допомогою логічних відношень дедукції, визначення і підтвердження. Таким чином досягається нове, системне знання про об'єкт і предмет пізнання.

Виходячи з того, що «стратегія розвитку економічного потенціалу» поєднує два важливих складники (розвиток – систему наукових знань та доктрину – елементи системи наукових знань), формування теоретичних засад розвитку економічного потенціалу в її науковому та практичному аспектах доцільно пов'язувати з дослідженням значення цього поняття. Доктрину (від лат. doctrina) філософська наука розуміє як «систематизоване, політичне, ідеологічне чи філософське вчення, концепцію, сукупність принципів» [2, с. 142] та «керівний теоретичний принцип» [5, с. 207]. Систематизоване вчення означає сукупність теоретичних положень розвитку та поглядів учених на розвиток економічного потенціалу. Доктрина, яка поєднує елементи наукових знань, є концептуальною формою підходу до трактування розвитку. Формування доктрини залежить від понять і категорій, які при цьому використовують, і від того, який зміст у них вкладають [3, с. 23]. Таким чином, доктриною розвитку економічного потенціалу підприємства є сукупність ідей, принципів, концепція, система методів, прийомів і способів наукового пізнання господарських явищ для досягнення заздалегідь встановленої мети та оцінка дій.

Під принципами В.Г. Андрійчук розуміє вихідні основи, суттєві і неодмінні положення (твердження), яким повинні відповідати певні знання, теорії, гіпотези, концепції, світогляди. Автор підкреслює, що принципи – це ті важливі вимоги, яких потрібно дотримуватися у процесі наукового пізнання, завдяки чому досягається певна спрямованість руху до істини [1, с. 88]

Теорія стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства повинна ґрунтуватися на використанні сукупності концепцій, які пояснюють методологію стратегії розвитку: вартісно-орієнтованого управління, доданої вартості, безперервності, ланцюжка цінностей та збалансування інтересів зацікавлених осіб.

Концепція VBM виникла у 80-х рр. у США. Згодом ця концепція стала популярною у Європі, Канаді, Японії, Австралії, Туреччині та інших країнах. Науковий інтерес до цієї концепції викликаний прагненням збалансувати інтереси усіх зацікавлених сторін. Термін «Value Based Management» вперше був застосований Д. Мактагардом [6], де автор довів, що грошові потоки управляють вартістю підприємства. Раппорт [7] та Б. Стюарт [8] визначають вартісно-орієнтоване управління як цілісну систему управління, яка містить такі елементи, як:

– «оцінювання», що включає вибір методів оцінки вартості для акціонерів та відстеження процесу створення нової вартості;

– «стратегія», що встановлює шляхи, за допомогою яких буде досягнена основна ціль – зростання вартості для акціонерів підприємства;

– «фінанси», що виділяють основні фактори, які впливають на діяльність підприємства загалом та його окремих підрозділів;

– «корпоративне управління», що націлене на збалансування інтересів акціонерів та менеджерів, розроблення системи мотивації менеджерів та співробітників.

Г. Арнольд [9] визначає такі основні елементи вартісно-орієнтованого управління:

– збільшення добробуту акціонерів у довгостроковому періоді;

– нова вартість для акціонерів створюється лише тоді, коли величина прибутку перевищує витрати на капітал;

– система матеріального заохочення повинна базуватися на внутрішніх показниках, які використовуються для оцінки поточної діяльності підприємства та надання менеджерам інформації про досягнення головної стратегічної цілі – зростання вартості бізнесу. Зовнішні показники необхідно використовувати для оцінки потенціалу підприємства, щоб створювати вартість у довгостроковій перспективі.

Координаційна концепція почала своє активне становлення в кінці 80-х – на початку 90-х років із розвитком корпоративного сектору. За цією концепцією пріоритет надається реалізації функції координації різних підсистем управління: планування, аналізу, розвитку та інформаційного забезпечення [10, с. 88; 11, с. 130]. Використання координаційної концепції забезпечує координацію та регулювання управлінських рішень (коригування планів, параметрів управління) на основі інформації на підприємстві.

Концепція неперервності є придатною для використання резервів економічного потенціалу та прогнозування майбутньої господарської діяльності. Ґрунтуючись на допущенні про безперервність діяльності, підприємство розглядається як таке, що продовжуватиме свою діяльність у найближчому майбутньому, і немає ні сенсу, ні потреб ліквідовуватися, припиняти діяльність або шукати захисту від кредиторів згідно з законодавством. Таке визначення не є визначальним для підприємств, які перебувають на межі банкрутства, та не приділяє уваги інформованості користувачів щодо перспектив розвитку підприємства. Забезпечення розвитку підприємства можливе за таких умов, як: 1) дотримання вимог законодавства (господарський та податковий кодекс); 2) збалансування інтересів різних груп економічних відносин за рахунок формування якісної стратегії розвитку; 3) виявлення чинників, що впливають на відтворення вартості. Основним напрямом її використання є оцінка стану та розвитку економічного потенціалу за умови безперервного функціонування підприємства.

Концепція відтворення вартості інтегрує концепції вартості капіталу, доданої вартості, вартості для акціонера. Згідно з фінансовою концепцією капітал розглядають як вартість чистих активів або власного капіталу підприємства, яку забезпечує оцінка збереження капіталу в його фінансовій формі. При цьому необхідно враховувати, що оцінка вартості чистих активів ґрунтується на оцінці статей балансу підприємства [12, с. 94]. Фінансовий підхід застосовується в міжнародних і національних стандартах оцінки вартості. Вартість є економічним поняттям і відображає ринковий погляд на вигоди, які одержує покупець товару або послуги на певну дату оцінки. Показник вартості підприємства є індикатором його економічного потенціалу. Тому в цьому дослідженні фінансова концепція використовується на етапі використання резервів відтворення вартості за рівнями, оцінки ризиків підприємницької діяльності та вибору підходу до визначення оптимального співвідношення між прибутковістю, платоспроможністю і ризиком.

Концепція доданої вартості докорінно відрізняється від концепції ланцюжків цінності. Традиційна концепція доданої вартості має два великих недоліки: вона починається надто рано і закінчується занадто пізно [13, с. 63-64]. Справді, початок аналізу витрат із моменту закупівлі не дає можливості використання в своїх інтересах зв'язків і умов роботи постачальників. Суттєву перевагу підприємство може отримати, втрутившись у роботу постачальників і одержавши для себе певні переваги за витратами. З іншого боку, підприємство може поліпшити свої конкурентні переваги, приділивши увагу обслуговуванню клієнтів.

Концепція ланцюжка цінностей, яка з'явилася в 1960-х і 1970-х роках [14], є найбільш придатною для підвищення ефективності господарської діяльності підприємства за сегментами, видами діяльності та стадіями виробництва й оцінювання вартісноутворюючих чинників.

Поняття ланцюга цінності вперше запропонував М. Портер у 1985 р. у монографії «Конкурентна перевага: як досягнути високого результату і забезпечити стійкість». Модель ланцюга цінності базується на тому, що будь-який продукт купується на ринку лише тому, що він володіє деякою цінністю, за яку покупець готовий заплатити запитувану ціну. З цієї позиції бізнес можна розглядати як процес створення цінності товару. [15, с. 70].

Найважливішим інструментом стратегічного аналізу витрат є ланцюжок цінностей, що визначає діяльність, функції і процеси з розроблення, виробництва, маркетингу, доставки та підтримки продукту або послуги. Ланцюжок, що створює вартість видів діяльності, починається із забезпечення сировиною та продовжується у процесі виробництва частин і компонентів, складання і випуску продукції, оптового та роздрібного продажу продукту або послуги кінцевим споживачам.

Ланцюг цінності М. Портер представляє як узгоджений набір видів діяльності, що створюють цінність для підприємства, починаючи з вихідних джерел сировини для постачальників цього підприємства аж до готової продукції, доставленої кінцевому покупцеві, включаючи обслуговування споживача. При цьому акцентується увага не тільки на процесах, що відбуваються всередині підприємства, а й набагато ширше, виходячи за межі конкретного підприємства, тоді як традиційна система управління витратами зосереджує увагу на процесах, що відбуваються всередині підприємства – закупівлі, функціях,

виробах, споживачах. Управлінський облік підприємства розглядає стадії додавання цінності, починаючи з надходження ресурсів від постачальників і закінчуючи отриманням оплати від споживачів.

Метою стратегічного управління витратами підприємства є довгострокове забезпечення економічної ефективності його за рахунок зниження витрат, а об'єктами – рівень витрат, їх формування і структура. Досягнути підприємством встановленої мети можна тільки на основі реалізації його конкурентних переваг на ринку [15].

Згідно з концепцією збалансування інтересів зацікавлених осіб агенти повинні не стільки займатися максимізацією прибутку, скільки намагатися збалансувати свої інтереси з інтересами найвпливовіших інститутів [16, с. 253-433; 17, с. 46; 18, с. 113-127]. Виходячи з цієї концепції, розвиток більшою мірою повинен бути орієнтований на зовнішніх клієнтів – зацікавлених осіб. Використання концепції збалансування інтересів зацікавлених осіб є доцільним для вирішення конфлікту інформаційної асиметрії шляхом формування інформації для потреб різних користувачів (держави, власників, кредиторів, акціонерів, працівників).

В умовах невизначеності економічного середовища для підприємств зростає ризик виникнення значних невідповідностей між формами і методами управління та відповідними формами і методами внутрішнього розвитку економічного потенціалу. Стратегія розвитку повинна бути адаптивною та орієнтованою на виявлення невикористаного економічного потенціалу і прийняття управлінських рішень щодо попередження загроз ризику кризових явищ. Потреби стратегічного управління економічним потенціалом підприємства вимагають зміни у поглядах щодо стратегії розвитку підприємства. Його функції зміщуються зі стратегії розвитку економічного потенціалу підприємств на основі управлінських рішень на стратегічний рівень управління формуванням та використання резервів економічного потенціалу підприємства. Це означає перехід до нової парадигми стратегічно-орієнтованого розвитку економічного потенціалу під впливом таких чинників, як невизначеність умов господарювання, загрози ризику, потреби стратегічного управління, зміни умов прийняття управлінських рішень.

Основною перешкодою на шляху переорієнтації внутрішнього розвитку економічного потенціалу на формування та використання резервів економічного потенціалу є неусвідомлення власниками та менеджерами різних рівнів загальної філософії бізнесу (мети та стратегії розвитку). Новий зміст парадигми розвитку економічного потенціалу, що враховує особливості функціонування цієї системи, наведено в табл. 1.

Нова парадигма стратегії розвитку економічного потенціалу пов'язана з методологією дослідження економічного потенціалу, зміною на діалектичних засадах категорій, сформованої структури та векторів розвитку економічного потенціалу. У межах сучасної парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу в процес вирішення завдань включається економічний аналіз, інструментарій якого є придатним для оцінювання резервів, загроз ризику та обґрунтування управлінських рішень. Нова парадигма стратегії розвитку економічного потенціалу орієнтована на потреби управління підприємством та прийняття рішень щодо захисту від ризику кризової ситуації, що відповідає новим поглядам і методам у науці. Використання положень системного підходу забезпечило підґрунтя для формування фундаментальних положень парадигми розвитку економічного потенціалу, визначення його ключових аспектів, принципів реалізації парадигми та функціональної спрямованості розвитку.

Результати критичного аналізу фундаментальних теоретичних надбань за допомогою нових постулатів та гіпотез, які є адекватними завданням управління економічним потенціалом, стали підґрунтям розроблення парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу (рис. 1).

В основу парадигми покладено категорійний апарат та постулати стратегії розвитку економічного потенціалу, запропоновано акмеологічний підхід для формування, узагальнення та використання інформації про об'єкт дослідження для прийняття управлінських рішень щодо нарощування економічного потенціалу.

Висновки. На основі результатів дослідження створюється загальна картина рівня економічного потенціалу об'єкта дослідження з відображенням найсуттєвіших причинно-наслідкових зв'язків і надається підстава для прийняття та коригування управлінських рішень із регулюванням процесів розвитку підприємства. Визначеність у змістовному наповненні, функціональній спрямованості різних напрямів та форм прояву стратегії розвитку економічного потенціалу сприяє подальшому напрацюванню методо-

Таблиця 1

Формування парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу

Формування стратегії розвитку	Система розвитку, орієнтована на прийняття управлінських рішень щодо відтворення економічного потенціалу за рахунок виявлених і сформованих резервів для покриття втрат від ризиків
Новий зміст і переваги парадигми стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства	Використання акмеологічного підходу – наукового підходу, який об'єднує знання природничих суспільних, гуманітарних і технічних дисциплін та вивчає феноменологію, закономірності і механізми розвитку економічного потенціалу на різних етапах життєвого циклу підприємства, особливо під час досягнення підприємством найбільш високого рівня розвитку. Побудована на результатах критичного аналізу теоретичних надбань попередників та їх розвитку за допомогою нових постулатів, таких як залежність управління від результативності розвитку; адаптація до кризових умов; спрямованість на прийняття управлінських рішень щодо запобігання ризикам шляхом виявлення резервів. Включає уточнений категоріальний апарат розвитку (економічний потенціал, резерви, оцінка, аналіз) та ґрунтується на концепціях (координаційна, безперервності діяльності, відтворення вартості, ланцюжка приросту цінностей, збалансування інтересів зацікавлених осіб). Побудова на основі нової парадигми цілісної концепції та методології розвитку забезпечить підприємство ефективною аналітичною системою, адаптованою до умов ринкової економіки. Побудована на визначених наукових принципах методологія передбачає конкретні форми, специфічні методики, засоби та механізм реалізації результатів розвитку, які ґрунтуються на новій парадигмі. Ідея комплексного використання наукових підходів покладена в основу побудови методології, що збагачує її інструментарій, робить її більш гнучкою та адаптивною

** Розроблено автором*

Рис. 1. Модель парадигми розвитку економічного потенціалу переробних підприємств АПК (авторська розробка)

логічних засад розвитку підприємства загалом та розумінню його системного характеру. Сформована парадигма стратегії розвитку економічного потенціалу підприємства є основою розроблення його концепції та методології, яка в подальшому реалізується у відповідних методичних положеннях за визначеними пріоритетними напрямами.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В.Г. Сутністний аспект методології наукових досліджень / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2016. – № 7. – С. 87-94.
2. Экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Ин-т новый экономики, 2007. – 1152 с.
3. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления / Э. Майер: пер. с нем. Ю.Г. Жукова и С.Н. Зайцева; под ред. С.А. Николаевой. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 92 с.
4. Бранский В.П., Пожарский С.Д. Социальная синергетика и акмеология. – СПб., 2002.
5. Дем'янишин В.Г. Теоретична концептуалізація і практична реалізація бюджетної доктрини України: [монографія] / В.Г. Дем'янишин. – Тернопіль: ТНЕУ, 2008. – 496 с.
6. McTaggart J., Kontes P., Mankins M. The Value Imperative: Managing for Superior Shareholder Returns. – NY. The Free Press, 1994. – 367 p.
7. Rappaport A. Creating shareholder value: The new standard for business performance, New York / A. Rappaport. – N. Y.: The FreePress, 1998. – 205 p.
8. Stewart G. Bennet. The Quest For Value: the EVA Management Guide. – New York: Harper Business, 1991. – 738 p.
9. Arnold G., Davies M. Value-Based Management: Context and Application. – John Wiley & Sons: Chichester, UK, 2000. – 384 p.
10. Kaplan R.S. The Balanced Scorecard: Measures That Drive Performance / R.S. Kaplan, D.P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – January-February. – P. 71-79.
11. Костирко Р.О. Комплексна оцінка вартості підприємства: [монографія] / Р.О. Костирко, Н.В. Тертична, В.О. Шевчук. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2007. – 224 с.
12. Porter M. The Competitive Advantage of Nations / M. Porter. – 2nd. ed. – New York: Free Press, 1998. – 896 p.
13. Проданчук М.А. Стратегічне управління витратами аграрних підприємств / М. Проданчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://magazine.faaf.org.ua/content/view/1437/35/
14. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури: пер. с англ. – М.: Дело, 1997. – 704 с.
15. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер; [Пер. с англ. Е. Калинина]. – 2-е вид. – М.: Альпіна Бізнес Букс, 2006. – 715 с.
16. Шанк Дж., Говіндараджан В. Стратегическое управление затратами / Джон К. Шанк, Віджей Говіндараджан; [Пер. с англ. Е.П. Бугаєва]. – СПб.: ЗАО «Бізнес Микро», 1999. – 288 с.
17. Хан Д. Планирование и оцінка: концепция контроллинга / Д. Хан: пер. с нем.; под. ред. А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 800 с.
18. Qautri L. The valuation of firms / L. Qautri. – Oxford, 1994. – P. 113-127.

Аннотация. Рассмотрена новая парадигма стратегии развития экономического потенциала предприятия, что предполагает формирование методологии исследования экономического потенциала, изменение на диалектических принципах закономерностей его структуризации и методов оценки. Сформированы исходные положения парадигмы стратегии развития экономического потенциала, определены ключевые аспекты, принципы реализации парадигмы развития экономического потенциала и его ориентированность на нужды управления предприятия. Предложен акмеологический подход при формировании парадигмы стратегии развития экономического потенциала, где заложены решения проблемы реализации неиспользованного потенциала предприятия и достижения высокой степени развития предприятия – потенциального акме.

Ключевые слова: акмеологический подход, экономический потенциал, перерабатывающие предприятия АПК, парадигма стратегии развития, потенциальный акме.

Summary. The new paradigm of the strategy of economic potential development of the enterprise, which involves the formation of a methodology for the study of economic potential, the change on the basis of the dialectical principles of its structuring and evaluation methods, is considered. The initial provisions of the paradigm of the economic potential development strategy have been formed, key aspects, principles of implementation of the paradigm of economic potential development and its orientation towards the management needs of the enterprise have been determined. The acmeological approach is proposed in the formation of the paradigm of the economic potential development strategy, where the solution of the problem of realization of unused potential of the enterprise and the achievement of the highest degree of enterprise development – the potential acme.

Key words: acmeological approach, economic potential, processing enterprises of agroindustrial complex, paradigm of development strategy, potential acme.

УДК 339.727.2

Дзюба П. В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних фінансів
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Dziuba P. V.
Ph.D. (economics), Associate Professor
Department of International Finance
Institute of international Relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

КОНЦЕПТУАЛЬНА СТРУКТУРА ТЕОРІЇ ПОРТФЕЛЯ ЯК ПАРАДИГМАЛЬНА ОСНОВА СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

CONCEPTUAL STRUCTURE OF PORTFOLIO THEORY AS A PARADIGMATIC FUNDAMENTAL OF INTERNATIONAL PORTFOLIO INVESTING CONTEMPORARY THEORY

Анотація. У статті визначено концептуальну структуру теорії портфеля. Виявлено, що теорія портфеля становить парадигмальну основу сучасної теорії міжнародного портфельного інвестування. Доведено, що попри біпарадигмальний характер розвитку сучасної теорії міжнародного портфельного інвестування портфельна парадигма має статус домінантної. Розроблено авторське визначення теорії портфеля. Установлено її ключові гносеологічні ознаки та особливості.

Ключові слова: теорія портфеля, парадигма міжнародного портфельного інвестування, теорія міжнародної диверсифікації інвестиційних портфелів, концепція ефективного портфеля, концепція портфельної диверсифікації, ризик, дохідність.

Постановка проблеми. Дослідження еволюції економічної думки в галузі міжнародного портфельного інвестування передбачає глибокий критичний аналіз тих течій, підходів і теорій, які сформували рівень, стан та спрямованість розвитку цієї галузі науки, що існують нині. Видаються важливими й необхідними систематизація наявних наукових поглядів, концепцій і теорій, встановлення їхньої ієрархії, визначення структури чинної парадигми міжнародного портфельного інвестування. Це дасть змогу не лише провести паралелі з еволюцією відповідних явищ і процесів дійсності, а й краще зрозуміти принципи функціонування та специфіку розвитку економічних відносин

у сфері міжнародного портфельного інвестування. До речі, подібна систематизація в науковій літературі досі не проводилася, а отже, поставлене завдання є актуальним та має велике гносеологічне значення.

Одне за найбільш визначальних місць у сучасній теорії міжнародного портфельного інвестування посідає теорія портфеля. Вона вважається основоположною щодо пояснення процесів не лише міжнародного, а й портфельного інвестування у цілому. В теоретичному плані вона дала поштовх розвиткові низки інших теорій та підходів, які разом формують єдину спільну парадигмальну лінію. Однак попри свою, на перший погляд, єдність та цілісність теорія портфеля є доволі неоднорідною гносеологічною субстанцією, містить у своєму складі різні концепції, котрі навіть суперечать одна одній. З огляду на зазначене, дослідження означеної проблематики є актуальним, практично необхідним і теоретично важливим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія портфеля завжди представляла та представляє значний науковий інтерес. Її дослідженню присвятили свої роботи такі відомі науковці, як: Г. Марковіц [1; 2] та А. Рой [3], які є фундаторами портфельної теорії; В. Шарп [4-6], Р. Мертон [7; 8] та Ф. Блек [9-11], які активно розвинули цей теоретичний підхід, розширивши та поглибивши його. Значна увага в літературі приділена тестуванню портфельної теорії для випадку міжнародної диверсифікації інвестиційних портфелів – дослідження Дж. Дірмайера [12], Б. Солніка [13-15], Ч. Еуна та Б. Резніка [16]. Серед досліджень питань міжнародного руху портфельних інвестицій відзначимо роботи Л. Сарно, І. Тсіакаса та Б. Уллоа [17], Р. Аггарвала, К. Кірні та Б. Люсі [18] та ін.

Мета статті полягає у виявленні структури теорії портфеля та обґрунтуванні її парадигмального значення, визначенні місця в ній окремих концепцій та підходів, а також з'ясуванні співвідношення між ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Значення теорії портфеля в сучасних умовах важко переоцінити. Це зумовлено такими головними, на нашу думку, причинами. По-перше, ця група теорій є фундаментальною з погляду розвитку теорії фінансової економіки у цілому. Чимало з них є нобелівськими теоріями, що визначають загальний мейнстрім поступу науки у цій галузі. Багато із цих теорій мають характер першоджерел. По-друге, ці теорії є цілком релевантними з погляду їхнього змісту. Саме вони дають теоретичне пояснення процесам, які відбуваються нині на світовому ринку міжнародних портфельних інвестицій. По-третє, наукові роботи в галузі міжнародної диверсифікації інвестиційних портфелів та міжнародного портфельного інвестування не є повністю виокремленим напрямом інвестиційної теорії: вони цілковито базуються на традиційній теорії портфеля, є її логічним продовженням з елементами вдосконалення. По-четверте, фундаментальність підходів та концепцій, які формують теорію портфеля, дає всі підстави розглядати її як домінантну в сучасних умовах парадигму. Теорія ж міжнародної диверсифікації інвестиційних портфелів не може претендувати на статус парадигми без урахування теорії портфеля. У цьому зв'язку слід відзначити унікальний характер гносеологічного зв'язку між названими теоріями. Теорія міжнародної диверсифікації формально охоплює теорію портфеля, а отже, є ширшою за своєю сутністю. Проте статус теорії портфеля дає змогу ідентифікувати її як теорію, первинну щодо теорії міжнародної диверсифікації, – остання повною мірою базується на першій.

Аналізуючи науковий статус та значення теорії портфеля, слід обґрунтувати два моменти: 1) релевантність розгляду теорії портфеля як парадигми; 2) адекватність її аналізу як домінантної в сучасних умовах. Базуючись на традиційному тлумаченні парадигми Томаса Куна [19, с. 11], можна стверджувати, що теорія портфеля є «загальновизнаним науковим досягненням, яке впродовж певного часу дає науковій спільноті модель постановки проблем та їх розв'язання». Наведене визначення Куна можна проаналізувати у світлі відповідності окремих ознак теорії портфеля. Так, вона є «загальновизнаним науковим досягненням», оскільки переважна частина сучасної наукової літератури базується саме на її підходах. Більше того, вся навчальна література дає знання з теорії портфеля, торкаючись інших підходів значно меншою мірою, а іноді взагалі не розглядаючи їх. Окрім того, прихильники теорії портфеля багаторазово отримували Нобелівську премію в галузі економіки[1], що засвідчує їхній вагомий внесок у розвиток економічної науки, а їхні теорії дійсно формують парадигму в методологічному розумінні[2]. Що ж стосується періоду домінування цієї теорії, то він розпочинається від її виникнення у 1952 р. й триває донині. Слід зазначити, що друга половина 1950-х, а також 60-80-ті роки ознаменували тотальне домінування теорії портфеля як парадигми портфельного інвестування. У ці часи парадигма вартісного інвестування в гносеологічному сенсі відійшла на другий план, дещо відновивши свої позиції лише від 1990-х років.

Домінування теорії портфеля підкріплюється не лише численними публікаціями даної тематики, а й наявністю сотень спеціалізованих фінансових наукових видань, у яких вони друкуються, та, що найважливіше, діяльністю значної кількості вчених, які є рушіями розвитку цієї парадигми та мають відповідні наукові школи, учнів. Нині навіть виділяють новітній етап розвитку розглядуваної теорії, який асоціюють із так званою «постсучасною теорією портфеля» [21]. Назагал теорія портфеля безперечно є окремою «моделлю постановки проблем та їх розв'язання», яка суттєво відрізняється від, приміром, парадигми вартісного інвестування. «Модель постановки проблем» передбачає розгляд сформованого на основі диверсифікації інвестиційного портфеля як цілісної субстанції без приділення детальної уваги окремим його складникам. Вона пропонує також «модель розв'язання» наукових проблем, яка полягає у пошуку ефективного портфеля та його оптимізації на основі інвестиційних характеристик ризику й дохідності.

Наголосимо, що існує значна кількість досліджень, присвячених вибору ефективних портфелів, оптимізації їхніх інвестиційних характеристик, оцінюванню окремих активів та вирішенню питання про розміщення інвестиційних коштів на основі диверсифікації. Це – величезний пласт в економічній науці, окремий напрям її розвитку, який представлений не просто тисячами публікацій, а тисячами спеціалізованих фінансових журналів та інших видань у всьому світі.

Аналіз теоретичних підходів у рамках теорії портфеля, їхнього становлення та розвитку дає змогу ідентифікувати її як окремий еволюційно визначальний напрям інвестиційної теорії. Цей напрям, по-перше, містить зовсім нові принципи та підходи до формування інвестиційних портфелів порівняно з тими, що були раніше. До появи теорії портфеля тлумачення проблеми невизначеності інвестиційного вибору в умовах ризику мали значною мірою стихійний характер та базувалися головно

[1] Приміром, Джеймс Тобін (1981); Гаррі Марковіц, Мертон Міллер та Вільям Шарп (1990); Роберт Мертон та Майрон Шоулз (1997) та ін.

[2] Хоча В. Шарп уживає термін «парадигма» у більш вузькому розумінні – лише на позначення теорії Марковіца [20, с. 217].

на інвестиційній дохідності, переважно визначаючи пріоритетність інвестиційного вибору на основі максимізації дисконтованого очікуваного грошового доходу від інвестицій; при цьому самому ризику увага геть не приділялася. Парадигма ж вартісного інвестування, котра була еволюційно першою, передбачала інші принципи інвестиційного вибору. По-друге, теорія портфеля привела до зародження та розвитку інших (не менш визначальних) напрямів розвитку інвестиційної теорії, таких, приміром, як теорія ринку капіталів, теорія міжнародної диверсифікації. По-третє, маючи об'єктом вивчення поведінку індивіда, цей напрям почав набувати певною мірою міждисциплінарного характеру, запозичивши окремі аспекти з таких сфер, як психологія та соціологія, та базуючись, зокрема, на поведінкових підходах.

Нам видається, що сутність та ідейне наповнення цього напряму повністю відображаються назвою «теорія портфеля», якій, однак, слід дати науково релевантне визначення. На нашу думку, теорія портфеля – це узагальнена концептуалізована система наукових поглядів на процес формування ефективного інвестиційного портфеля як цілісної субстанції з унікальними інвестиційними характеристиками дохідності й ризику на основі принципу його ефективної диверсифікації, а також пошуку серед ефективних оптимального для інвестора портфеля.

Важливими ознаками теорії портфеля як окремого напряму розвитку інвестиційної теорії, що, зокрема, випливають із наведеного визначення, є такі. По-перше, унікальність фактично кожного інвестиційного портфеля. З урахуванням різних часток окремих активів, із яких формуються інвестиційні портфелі, вони матимуть майже неповторні показники дохідності та її варіації. Сама можливість поєднувати активи в портфелі дає можливість створювати нові інвестиційні субстанції. По-друге, кожний інвестиційний портфель є новою інвестиційною якістю – фактично це випливає з першої ознаки. По-третє, такі портфелі формуються на основі диверсифікації, яка в теорії портфеля стає пріоритетною (на противагу більш раннім дослідженням) порівняно з максимізацією дохідності від інвестицій, яка виключала пріоритетність диверсифікації. За традиційного підходу за наявності двох або кількох портфелів (паперів) інвестор вкладе всі кошти в той, який матиме найвищий очікуваний грошовий дохід. За теорією портфеля диверсифікація передбачає аналіз коваріацій між дохідностями активів у складі портфеля – вона має бути мінімальною. По-четверте, пошук інвестором оптимального портфеля є важливою ознакою того, що теорія портфеля базується на теорії граничної корисності, відповідно до якої вартість благ для інвестора (у нашому випадку – інвестиційного портфеля) визначається їхньою корисністю. По-п'яте, теорія портфеля передбачає активне застосування математично-статистичного апарату. Він використовується, зокрема, для оцінювання варіацій дохідностей окремих паперів та портфелів, для здійснення різноманітних імовірнісних оцінок, для побудови ефективних множинностей тощо. По-шосте, об'єктом інвестування, згідно з теорією портфеля, є лише ризикові активи, тобто акції. Боргові цінні папери розглядаються лише у пізніших дослідженнях та у більш обмеженому форматі[3].

Доволі швидко після виходу в 1952 р. піонерної статті Марковіца [1], а також пізніше та навіть сьогодні теорія портфеля підтримувалася та підтримується низкою робіт, менш визначальних з погляду наукової еволюції, але важливих із погляду дослідження окремих аспектів у рамках цього напряму. На нашу думку, наукові дослідження, які презентують той чи інший напрям, можна поділити на дві групи: ключові дослідження та наукові роботи-сателіти. Ключові дослідження визначають характер та загальний шлях розвитку наукової думки на певний період, вони у певному сенсі є креаторами парадигми. Їхніми ознаками є також загальне визнання, цитування та, що особливо важливо, критика. Жодна ординарна наукова робота не викликає в науковому світі бурхливої критики. Геніальні ж новаторські роботи завжди спричиняють шквал дискусій, суперечок, сприяючи подальшому розвиткові науки. Критика, однак, може мати подвійний характер. З одного боку, вона може бути деструктивною – спрямованою лише на руйнування результатів дослідження в рамках критикованого об'єкта. Така критика не є конструктивною з погляду еволюції наукової думки. З іншого ж боку, є критика креативна: вона визначає недоліки тих чи тих підходів та пропонує шляхи їх усунення й удосконалення самих підходів. Саме наявність такої критики є ознакою ключових досліджень.

У цьому зв'язку мусимо визнати, що попри свій найвищий науковий та методологічний статус навіть парадигма не повинна (фактично цього ніколи й не буває) пояснювати всі факти, які можуть трапитися на її шляху, хоча теорія, що приймається як парадигма, має здаватися та виглядати краще від конкурентних теорій [19, с. 37-38]. Це твердження Томаса Куна, з нашої точки зору, якнайкраще характеризує можливість існування не лише однієї всепояснювальної теорії або парадигми, що, з іншого боку, відкриває шлях для еволюційного поступу науки, для наукових революцій та подальших змін парадигм.

Щодо терміну існування (цитування, використання тощо) ключових досліджень, то тут, очевидно, важко зробити однозначну хронологічну ідентифікацію: багато чинників, які цю ідентифікацію визначають, є радше індивідуальними для різних наукових течій. Одначе такий термін, очевидно, може бути доволі тривалим. Скажімо, методологічні підходи в рамках теорії портфеля домінують уже тривалий час. Те саме стосується теорії ринку капіталів. Окрім того, зазвичай ключові дослідження публікуються в більш авторитетних виданнях, часто – топових, всесвітньовідомих.

Дослідження-сателіти не виконують функцій, притаманних ключовим працям, і відрізняються від них масштабністю та глибиною. Хоча вони повною мірою кореспондуються з ними щодо дотримання загального напряму бачення об'єкта дослідження в мейнстрімі, проте часто мають вужчий характер, розглядаючи лише окремі його аспекти. Сателіти часто присвячені емпіричному тестуванню тих чи інших положень, ключових робіт, зокрема на основі географічного критерію[4].

Аналіз еволюції теорії портфеля допомагає визначити принаймні три вельми важливі концепції, котрі її формують та прослідковуються вже у рамках робіт Марковіца:

1. Концепція ефективності інвестиційних портфелів.
2. Концепція диверсифікації інвестиційних портфелів.

[3] Щодо боргових паперів слід розглянути два аспекти: змістовий і технічний. З погляду фінансового змісту боргові папери є іншим щодо акцій класом фінансових активів. Вони мають зовсім інший характер грошових потоків, є безризиковими. З огляду на це, їх не прийнято аналізувати на основі підходів і моделей, які застосовуються для акцій. Із погляду техніки застосування окремих методів аналізу грошові потоки за борговими паперами можна адаптувати до формату ризикових паперів, те саме можна робити з їхніми окремими ринковими та інвестиційними характеристиками. У такому разі вони – підкреслюємо – технічно стають придатними для аналізу, ідентичного тому, що провадиться для ризикових паперів. Це питання, однак, виглядає надзвичайно дискусійним та не має однозначного вирішення у сучасній теорії й методології інвестиційної науки.

[4] Йдеться, приміром, про емпіричні тести на прикладі ринків окремих країн, про портфельні інвестиції на окремих місцевих ринках тощо.

3. Концепція оптимізації інвестиційних портфелів[5].

Слід зазначити, що перші дві концепції випливають зі статті Марковіца 1952 р., тоді як концепція оптимізації інвестиційних портфелів була закріплена лише в монографії 1959 р., хоча ідеї інвестиційного вибору з-поміж ефективних портфелів висувалися ним і раніше. Приміром, у роботі «Оптимізація квадратичної функції за наявності лінійних обмежень» 1956 р. [22][6] він показав технологію обчислення параметрів та геометричного генерування ефективної множинності, запропоновану в 1952 р., а також модифікацію цієї обчислювальної технології для оптимізації квадратичних функцій з лінійними обмеженнями.

Стаття Марковіца 1952 р. та його монографія 1959 р. належать, на нашу думку, до групи комплексних досліджень й охоплюють два або три зазначені напрями. У більшості ж досліджень теорії портфеля прослідковується лише один, рідше – два напрями. Слід, однак, зазначити, що чітка ідентифікація тих чи інших напрямів суттєво залежить від хронологічного періоду. Приміром, реальна потреба у компліментарних імовірнісно-статистичних дослідженнях кілька десятків років тому була значно нагальнішою, зважаючи на відсутність адекватних комп'ютерних технологій та програмного забезпечення у сучасному розумінні. Нині ж будь-яка задача навіть квадратичного програмування елементарно вирішується за хвилини на персональному комп'ютері, не говорячи вже про графічне та аналітичне генерування ефективної множинності, тому цей напрям досліджень уже не існує як самостійний, а здебільшого поєднується з напрямом, присвяченим оптимізації інвестиційних портфелів. У дослідницькому ж плані потребує розв'язання лише проблема хронологічної ідентифікації того періоду, коли ймовірнісно-статистичні дослідження в рамках теорії портфеля втрачають своє значення.

Інший приклад – концепція ефективності інвестиційних портфелів. Із часом вона стала загальновизнаною, і багато досліджень, які формально присвячені, скажімо, диверсифікації або оптимізації, передбачають, що раціональний інвестор завжди обиратиме ефективний портфель. У цьому сенсі слід зазначити, що деякі напрями часто переплітаються, що особливо стосується більш пізніх хронологічних етапів розвитку теорії портфеля. Наприклад, деякі дослідження базуються на ідеї формування ефективного інвестиційного портфеля та його диверсифікації (перший та другий напрями), а при цьому формально присвячені оптимізації портфеля.

У рамках теорії портфеля можна виділити ще один блок робіт допоміжного характеру, які не можна у змістовому розумінні поставити в один ряд із трьома наведеними концепціями. Такі роботи можна назвати компліментарними математико-статистичними дослідженнями. Використання математичних і статистичних методів у принципі є однією з головних ознак теорії портфеля, одним із принципових моментів, які відрізняють її від попередніх теорій. Це, зокрема, видно вже зі статті Марковіца 1952 р. Очевидно, що свій початок такі дослідження беруть дуже давно, вони зародилися в рамках інших наук і в сучасних умовах часто мають міждисциплінарний характер. Їхня компліментарність полягає у тому, що з погляду теорії портфеля вони є, як сказано, лише допоміжними, формуючи інструментарій для проведення подальших досліджень у галузі. На відміну від трьох головних напрямів вони не становлять сутнісно-предметну основу теорії портфеля, а тому ми розглядаємо їх дещо відокремлено.

Як приклад згадаємо працю Г. Марковіца та А. Манне 1957 р. «Про розв'язання задач дискретного програмування» [23], в якій вони не торкалися питань інвестиційного вибору та інвестиційних портфелів, а на матеріалі сфери авіаційних перевезень та невеличкого виробництва запропонували загальний підхід до здійснення оптимізації за умови, коли змінні набувають дискретних, зокрема цілих, значень. Вони показали, що пересічний індивід із певними мінімальними допоміжними засобами може приймати рішення, близькі до оптимальних. У контексті теорії портфеля, приміром, такий дискретний підхід може бути застосований за умов неподільності цінних паперів[7] тощо.

Активно застосовувався Марковіцем і підхід традиційного лінійного програмування. Скажімо, у роботі 1957 р. [24] він пропонує розв'язувати задачі лінійного програмування, в яких у використовуваних матрицях є багато нульових коефіцієнтів, симплекс-методом на основі обернених величин. Такий підхід підтверджується прикладом нафтозбагачувального виробництва.

Попри те, що з розвитком потреб інвестиційної індустрії та набуттям дедалі більшої популярності ідей теорії портфеля виникає гостра необхідність проведення реальних емпіричних досліджень, розв'язання квадратних параметричних рівнянь було на той час технічно складним завданням через нестачу відповідного програмного забезпечення, специфічних технічних навичок тощо, тому постала необхідність технічного спрощення процедури генерування ефективної множинності.

Одним із перших, хто розробив методи такого спрощення, був Вільям Шарп. У дослідженні 1967 р. «Алгоритм лінійного програмування для вибору портфелів взаємними фондами» [25] він показав, як квадратичну функцію ризику портфеля можна апроксимувати лінійною функцією в умовах існування обмежень структури портфеля, зокрема правових. Цей алгоритм Шарп розробив з урахуванням обмежень на частку одного цінного паперу у портфелі. Важливою ідеєю, запропонованою Шарпом, був розрахунок кореляцій не напряму, а через прив'язку кожної з них до «спільного знаменника» – індексу (ринкового портфеля). Ця апроксимація дала змогу використовувати менше (порівняно з квадратичним програмуванням) незалежних змінних, значно спростила розрахунки, не потребувала специфічної підготовки інвестиційних менеджерів, мала дуже низький рівень похибки. Однак тут існувало одне застереження: похибка тим більша, чим консервативніший портфель [25, с. 505]. Зі збільшенням ризику портфеля похибка зменшується.

У дослідженні 1971 р. «Застосування апроксимації на основі лінійного програмування для розв'язання загальних задач портфельного аналізу» [26] Шарп висунув питання про можливість зведення задач квадратичного програмування (в частині оцінювання ризиків інвестиційних портфелів) до задач лінійного програмування на основі апроксимації[8]. Генерування ефективної множин-

[5] Напрям оптимізації інвестиційних портфелів є, з нашої точки зору, певною мірою відокремленим, оскільки він базується на обох інших напрямах. Оптимізація може передбачати як диверсифікацію, так і формування ефективного портфеля.

[6] Стаття була офіційно опублікована в 1956 р., хоча написана була роком раніше. Марковіц підготував її під час роботи в корпорації «Ренд» за фінансування військово-повітряних сил США та видав у формі робочих дослідницьких матеріалів, тому фактично маємо підстави датувати це дослідження саме 1955 р.

[7] Нижче буде показано, що більшість теорій припускає подільність цінних паперів. У такому разі дискретне програмування не застосовується.

[8] Така необхідність тоді зумовлювалася технічними труднощами: квадратичне програмування було дуже важким, часомістким, програмне забезпечення – доволі дорогим та непопулярним. Можливості ж лінійного програмування були значно ширшими та більш доступними.

ності здійснювалося на основі лінійної апроксимації параболи на окремих її ділянках лінійними функціями [26, с. 1267][9]. Алгебраїчно Шарп показав, як такий підхід може бути застосований на основі індексової однофакторної моделі.

Даючи оцінку групі статистично-математичних досліджень, слід провести одну надзвичайно важливу, з нашої точки зору, паралель. Це – стан і рівень розвитку комп'ютерної техніки та програмного забезпечення, а також вартість використання цих засобів. Як зазначалося, головним мотиватором виникнення та розвитку математично-статистичних підходів у рамках теорії портфеля було те, що рівень розвитку теоретичних розробок у цій сфері значно випереджав технічні можливості, які на той час існували, тому вчені й були вимушені розробляти певні алгоритми спрощення пропонованих ними методів розрахунків, які можна було б застосовувати емпірично із припустимим рівнем надійності. Приміром, Марковіц навіть розробив специфічну мову програмування, призначену для проведення симуляційних тестів дискретних подій на комп'ютері IBM 7090 [27].

Ключовим хронологічним ідентифікатором у цьому сенсі є, на нашу думку, початок 1970-х років. Під ідентифікатором маємо на увазі, з одного боку, ідентифікатор рівня розвитку комп'ютерної техніки, а з іншого – ідентифікатор еволюції теорії портфеля, зокрема в частині розвитку групи статистично-математичних прикладних досліджень. Для цього періоду ключовою була така подія, як поява четвертого покоління комп'ютерів, що базувалося на першому в світі мікропроцесорі, випущеному корпорацією Intel у 1971 р. Створені на основі цього процесора мікрокомп'ютери були значно менші за розмірами, більш потужні та дешевші. Якщо перед тим комп'ютер могли собі дозволити лише великі компанії та обчислювальні центри, зокрема університетські, то мікропроцесорні машини стали доступні навіть для персонального користування. У 1980-х роках персональні комп'ютери стали доволі поширеними. У подальші роки аж донині розвиток технічних та програмних можливостей відбувається надзвичайно бурхливо й динамічно. З погляду проблематики нашого дослідження це означало фактичне зникнення потреби у компліментарних дослідженнях від початку 1980-х років. Вони втратили свою практичну спрямованість і набули радше теоретичного та пізнавального значення.

Хоча комп'ютер і став доступний у ранні періоди розвитку теорії портфеля, його використання було доволі дорогим і часомістким. Учені навіть досліджували та порівнювали фінансові витрати та витрати часу на проведення розрахунків у рамках теорії портфеля. Приміром, Г. Александер, зазначаючи надзвичайну складність методу Марковіца щодо побудови ефективної множинності, запропонував альтернативний метод її генерування на основі алгоритму Лемке [28][10]. Порівняння прямого методу Марковіца та алгоритму Лемке було проведено на прикладі ефективної множинності для 5 та 20 активів (табл. 1)[11].

Як бачимо із табл. 1, алгоритм Лемке є значно економнішим та швидшим. При цьому для більшої кількості паперів ці переваги будуть ще відчутнішими. Якщо зважити, що алгоритм Марковіца займає у середньому вшестеро більше часу, то, скажімо, за 90 активах він потребуватиме близько 20 хвилин безперервної роботи процесора, тоді як алгоритм Лемке займає в середньому 190 секунд.

Таблиця 1

Порівняння алгоритмів формування ефективної множинності Марковіца та Лемке

Показник	5 активів		20 активів	
	Марковіц	Лемке	Марковіц	Лемке
Час роботи процесора, сек.	60	11	104	16
Вартість, $	3,64	1,38	9,16	1,78

Джерело: складено за [28, с. 825]

З іншого боку, значне поширення персональних комп'ютерів активізувало появу нових – більш складних і технічно досконалих – розробок у сфері економетрики. Йдеться про принципово нові моделі, що потребували великих обчислювальних потужностей, яких раніше просто не існувало. У цьому сенсі йдеться вже не про компліментарний характер досліджень, а про можливість вирішення на основі економетричних методів реальних задач у сфері портфельного інвестування. У цьому й полягає принципова відмінність нового етапу розвитку складних економетричних моделей. Важливими досягненнями цього етапу є розроблення, початок використання та поширення таких відомих нині економетричних моделей аналізу часових рядів, як інтегрована авторегресійна модель ковзного середнього (ARIMA-моделі), векторні авторегресійні моделі (VAR-моделі), моделі авторегресійної умовної гетероскедастичності (ARCH-моделі) та ін.

Ще одна важлива еволюційна особливість розвитку теорії портфеля полягає у тому, що в період від 1952 р. (вихід статті Марковіца) до 1959-го (вихід його монографії) друкувалося вкрай мало публікацій із проблематики портфельної теорії, зокрема стосовно дослідження ефективності та диверсифікації. Активізація наукового пошуку в цій сфері спостерігається лише з другої половини 1960-х років, а пік припадає на 70-80-ті. Таку часову затримку можна, на нашу думку, пояснити об'єктивною потребою усвідомлення теорії, котра згодом стала парадигмою. Тоді її постулати були принципово новими, і наукова спільнота мала до них звикнути. Цікавим фактом є те, що в ранніх публікаціях другої половини 50-х та першої половини 60-х років часто відсутні посилання на джерела, що засвідчує їхню відсутність за окремими напрямами.

Висновки. Парадигмальну основу сучасної теорії міжнародного портфельного інвестування становить теорія портфеля, започаткована Г. Марковіцем у 1952 р. Вона не робить номінального акценту на міжнародних інвестиційних процесах, а стосується рівною мірою й портфелів місцевих ринків. У цьому сенсі вона є універсальною. Аналіз еволюції теорії портфеля дає змогу ідентифікувати її в епістемологічному контексті як домінантну (поряд із парадигмою вартісного інвестування) парадигму міжнародного портфельного інвестування. Вона є самодостатнім науковим підходом, тоді як теорія міжнародної диверсифікації такого самодостатнього статусу не має. Вона цілком базується на теорії портфеля, хоча за ступенем охоплення теоретичних положень є формально ширшою.

Теорія портфеля являє собою узагальнену концептуалізовану систему наукових поглядів на процес формування раціональними інвесторами ефективного інвестиційного портфеля як цілісної субстанції з унікальними інвестиційними характеристиками дохідності й ризику на основі принципу його диверсифікації, а також пошуку

[9] Комп'ютерні розрахунки здійснювалися Шарпом на основі алгоритмів програмних продуктів компанії IBM.

[10] Сам підхід був викладений Лемке в роботі 1965 р. [29].

[11] Тест алгоритму Лемке (без порівняння з алгоритмом Марковіца) був також проведений для 75 та 90 активів у портфелі.

серед цих ефективних оптимального для інвестора портфеля. Її ключовими гносеологічними ідентифікаторами як наукової парадигми є такі. По-перше, унікальність кожного окремого інвестиційного портфеля, котрий розглядається як нова інвестиційна субстанція. По-друге, такі портфелі формуються на основі диверсифікації, яка в теорії портфеля стає пріоритетною порівняно з максимізацією дохідності від інвестицій. Диверсифікація Марковіца передбачає аналіз коваріацій між дохідностями активів у складі портфеля, які повинні бути мінімальними та позитивними. По-третє, теорія портфеля передбачає активне застосування математико-статистичного апарату. Він використовується, зокрема, для оцінювання варіацій дохідностей окремих паперів та портфелів, здійснення різноманітних ймовірнісних оцінок, побудови ефективних множин тощо. По-четверте, вона передбачає нормальний характер розподілу дохідностей, а також квадратичний характер функції корисності.

У структурі теорії портфеля можна чітко виділити три основні концепції: концепцію ефективності інвестиційного портфеля, концепцію диверсифікації та концепцію оптимізації. Перші дві з них виникли вже в рамках статті Марковіца 1952 р., а концепція оптимізації – значно раніше – у рамках наукового доробку маржиналістів. Концепція оптимізації виступає дещо відокремлено від двох інших. Сама ідея оптимізації стосується будь-кого портфеля – точніше портфеля у найбільш широкому розумінні. Оптимізувати можна як ефективний портфель, так і диверсифікований. Більше того, оптимізувати можна в принципі будь-який портфель, тому зазначені концепти теорії портфеля хоча й є її складниками рівною мірою, не стоять в одному ряду – концепція оптимізації не суперечить іншим двом, а стосується їх обох. В окремих же випадках пошук ефективного портфеля розглядають як базову двопараметричну оптимізацію. У процесі еволюції теорії портфеля її основні концепти переплітаються дедалі частіше.

Ще один блок робіт у рамках теорії портфеля носить допоміжний характер. Це компліментарні математико-статистичні дослідження. Використання математичних і статистичних методів є однією з головних ознак теорії портфеля. Їх компліментарність полягає у тому, що з погляду теорії портфеля вони є лише допоміжними, формують інструментарій для проведення досліджень у галузі. Вони не становлять сутнісно-предметну основу теорії портфеля, а тому їх слід розглядати дещо відокремлено. Цей напрям утратив свою актуальність із появою на початку 1980-х років персональних комп'ютерів та набуттям ними популярності.

Список використаних джерел:

1. Markowitz H.M. Portfolio Selection / Harry Markowitz // The Journal of Finance. – 1952. – Vol. 7. – № 1. – P. 77-91.
2. Markowitz H.M. Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments / Harry M. Markowitz. – New York: John Wiley & Sons, Inc.; London: Chapman & Hall, Ltd.; Cowles Foundation for Research in Economics at Yale University, 1959. – 344 p.
3. Roy A.D. Safety First and the Holding of Assets / A.D. Roy // Econometrica. – 1952. – Vol. 20. – № 3. – P. 431-449.
4. Sharpe W.F. Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk / William F. Sharpe // The Journal of Finance. – 1964. – Vol. 19, № 3. – P. 425-442.
5. Sharpe W.F. Capital Asset Prices with and without Negative Holdings / William F. Sharpe // The Journal of Finance. – 1991. – Vol. 46. – № 2. – P. 489-509.
6. Sharpe W.F. Expected Utility Asset Allocation / William F. Sharpe // Financial Analysts Journal. – 2007. – Vol. 63. – № 5. – P. 18-30.
7. Merton R.C. An Analytic Derivation of the Efficient Portfolio Frontier / Robert C. Merton // The Journal of Financial and Quantitative Analysis. – 1972. – Vol. 7. – № 4. – P. 1851-1872.
8. Merton R.C. An Intertemporal Capital Asset Pricing Model / Robert C. Merton // Econometrica. – 1973. – Vol. 41. – № 5. – P. 867-887.
9. Black F.S. Capital Market Equilibrium with Restricted Borrowing / Fischer Black // The Journal of Business. – 1972. – Vol. 45. – № 3. – P. 444-455.
10. Black F.S. Equilibrium Exchange Rate Hedging / Fischer Black // The Journal of Finance. – 1990. – Vol. 45. – № 3. – P. 899-907.
11. Black F.S. Global Portfolio Optimization / Fischer Black, Robert Litterman // Financial Analysts Journal. – 1992. – Vol. 48. – № 5. – P. 28-43.
12. Diermeier J. Global Pricing of Equity / Jeff Diermeier, Bruno Solnik // Financial Analysts Journal. – 2001. – Vol. 57. – № 4. – P. 37-47.
13. Solnik B.H. Why Not Diversify Internationally Rather than Domestically? / Bruno H. Solnik // Financial Analysts Journal. – 1974. – Vol. 30. – № 4. – P. 48-54.
14. Solnik B.H. An Equilibrium Model of the International Capital Market / Bruno H. Solnik // Journal of Economic Theory. – 1974. – Vol. 8. – № 4. – P. 500-524.
15. Solnik B.H. Global Asset Management: To Hedge or Not to Hedge – a Question That Cannot Be Ignored / Bruno Solnik // Journal of Portoflio Management. – 1998. – Vol. 24. – № 4. – P. 43-51.
16. Eun C.S. International Diversification of Investment Portfolios: U.S. and Japanese Perspectives / Cheol S. Eun, Bruce G. Resnick // Management Science. – 1994. – Vol. 40. – № 1. – P. 140-161.
17. Sarno L. What Drives International Portfolio Flows? / Lucio Sarno, Ilias Tsiakas, Barbara Ulloa // Journal of International Money and Finance. – 2016. – Vol. 60. – P. 53-72.
18. Aggarwal R. Gravity and Culture in Foreign Portfolio Investment / Raj Aggarwal, Colm Kearney, Brian Lucey // Journal of Banking and Finance. – 2012. – Vol. 36. – № 2. – P. 525-538.
19. Кун Т. Структура научных революций. С вводной статьёй и дополнениями 1969 г. / Т. Кун; пер. с англ. И.З. Налетова. – М.: Прогресс, 1977. – 300 с.
20. Sharpe W.F. Decentralized Investment Management / W.F. Sharpe // The Journal of Finance. – 1981. – Vol. 36. – № 2 (Papers and Proceedings of the Thirty Ninth Annual Meeting, American Finance Association, Denver, September 5-7, 1980). – P. 217-234.
21. Rom B.A. Post-Modern Portfolio Theory Comes of Age / Brian M. Rom, Kathleen W. Ferguson // The Journal of Investing. – 1993. – Vol. 2. – № 4. – P. 27-33.
22. Markowitz H.M. The Optimization of a Quadratic Function Subject to Linear Constraints / Harry Markowitz // Naval Research Logistics Quarterly. – 1956. – Vol. 3. – № 1-2. – P. 111-133.

23. Markowitz H.M. On the Solution of Discrete Programming Problems / Harry M. Markowitz, Alan S. Manne // Econometrica. – 1957. – Vol. 25.- № 1. – P. 84-110.
24. Markowitz H.M. The Elimination Form of the Inverse and Its Application to Linear Programming / Harry M. Markowitz // Management Science. – 1957. – Vol. 3. – № 3. – P. 255-269.
25. Sharpe W.F. A Linear Programming Algorithm for Mutual Fund Portfolio Selection / William F. Sharpe // Management Science. – 1967. – Vol. 13. – № 7. – P. 499-510.
26. Sharpe W.F. A Linear Programming Approximation for the General Portfolio Analysis Problem / William F. Sharpe // The Journal of Financial and Quantitative Analysis. – 1971. – Vol. 6. – № 5. – P. 1263-1275.
27. Markowitz H.M. Simulating with Simscript / Harry M. Markowitz // Management Science. – 1966. – Vol. 12. – № 10 (Series B, Managerial). – P. B396-B405.
28. Alexander G.J. The Derivation of Efficient Sets / Gordon J. Alexander // The Journal of Financial and Quantitative Analysis. – 1976. – Vol. 11.- № 5. – P. 817-830.
29. Lemke C.E. Bimatrix Equilibrium Points and Mathematical Programming / C.E. Lemke // Management Science. – 1965. – Vol. 11. – № 7. – P. 681-689.

Аннотация. В статье определена концептуальная структура теории портфеля. Выявлено, что теория портфеля является парадигмальной основой современной теории международного портфельного инвестирования. Доказано, что, несмотря на бипарадигмальный характер развития современной теории международного портфельного инвестирования, портфельная парадигма имеет статус доминирующей. Разработано авторское определение теории портфеля. Установлены ее ключевые гносеологические признаки и особенности.

Ключевые слова: теория портфеля, парадигма международного портфельного инвестирования, теория международной диверсификации инвестиционных портфелей, концепция эффективного портфеля, концепция портфельной диверсификации, риск, доходность.

Summary. The article defines the conceptual structure of portfolio theory. It is determined that portfolio theory is the paradigmatic fundamental of contemporary international portfolio investing theory. It is proved that though modern international portfolio investing theory is developing on a biparadigm basis, portfolio paradigm has a dominating status. The author's definition of portfolio theory is elaborated. Its core gnoseological features and characteristics are revealed.

Key words: portfolio theory, international portfolio investing paradigm, international portfolio diversification theory, efficient portfolio concept, portfolio diversification concept, risk, return.

УДК 336.747.5(477)

Євдокімова М. О.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів
Харківського національного аграрного університету
імені В. В. Докучаєва

Evdokimova M. O.
PhD of Economic Sciences, Assistant Professor of Finance Department
Kharkiv National Agrarian University named after V. V. Dokuchaev

РИНОК ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ, ЙОГО РОЗВИТОК

DEBIT CARD MARKET AND ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті висвітлені проблеми розвитку ринку банківських платіжних карток. Вказана кількість активних банківських платіжних карток, емітованих українськими банками, та виявлені лідери з випуску платіжних карток. Також звернено увагу на кількість випущених і встановлених банками платіжних засобів та вказані шляхи поліпшення ринку платіжних карток.

Ключові слова: банківська платіжна картка, банкомат, платіжний термінал, безготівкові операції, готівка.

Постановка проблеми. З розвитком новітніх технологій не залишилася осторонь і банківська система України. Сьогодні кожний банк у своїй діяльності використовує електронні платежі. Це значно полегшує роботу як працівникам банку, так і їхнім клієнтам. Для суб'єктів господарювання безготівкові розрахунки є дуже зручними, не потрібно займатися накопиченням паперових грошей, зводиться до мінімуму ризик втрати грошей, підвищується довіра партнерів один до одного.

Використання безготівкових розрахунків приводить до прискорення розрахункових операцій та руху грошових коштів. Крім того, під час безготівкових розрахунків гро-

шова маса акумулюється в банках і створюються умови для контролю за їх цільовим використанням. Насамперед це стосується розширення розрахунків за допомогою банківських платіжних карток. Адже сьогодні банки завойовують ринок платіжних карток здебільшого за рахунок запровадження на підприємствах карткових зарплатних, пенсійних та інших проектів. Однак використання банківських платіжних карток на території України можливе ще не всюди.

В Україні банківські картки почали використовувати не так давно, проте досвід попередніх років показав позитивні тенденції щодо перспектив розвитку безготівкових розрахунків в Україні. Однією з причин не досить масового поширення безготівкових розрахунків серед населення є те, що в Україні не розвинена мережа розрахунків платіжними картками. Мало обізнане про безготівкові розрахунки сільське населення та люди похилого віку. Вдосконалення механізму безготівкових розрахунків завжди залишається актуальним питанням [1, с. 53].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблем здійснення та розвитку безготівкових розрахунків займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Д.І. Коваленко, А.М. Мороз, І.П. Косарєва, В.І. Міщенко, М.І. Савлук, Н.В. Соловей та інші.

Мета статті полягає у дослідженні розвитку ринку платіжних карток в Україні і причин, які стримують його розвиток.

Виклад основного матеріалу. Гроші, платіжна система і платіжні інструменти лежать в основі економіки та життя сучасного суспільства. Вони дають змогу забезпечити універсальний обмін між власниками чисельних товарів і послуг, забезпечують функціонування кредиту і держави. Платіжні карти з'явилися в США в 1950-х роках і були розроблені як заміна чекової книжки для покупців, які багато подорожують. Розрахунки з використанням платіжної картки гарантувалися банком, а не тільки платником, і тому вирішувалася проблема довіри. З'явившись у середині минулого століття, банківські картки набули поширення у понад 200 країнах світу і стали невід'ємним атрибутом цивілізованого суспільства.

Сьогодні банківські картки є ключовим елементом електронних банківських систем та все активніше витісняють звичні чекові книжки та готівку. Операції з банківськими платіжними картками, з одного боку, розширюють спектр послуг банку, а з іншого – є потужним джерелом ресурсів як в іноземній, так і в національній валютах.

Власник банківської платіжної картки має цілу низку переваг: надійність збереження власних коштів навіть у разі втрати платіжної картки (досить тільки повідомити банк про втрату картки); зручність під час розрахунку за певні товари чи послуги як у нашій країні, так і за кордоном, оскільки автоматична конвертація здійснюється за більш вигідним курсом, ніж в обмінних пунктах, і можна проконтролювати свої витрати. Також у власників платіжних карток з'явилася ще одна можливість оплачувати рахунки, не виходячи з оселі [2, с. 36].

Банківська платіжна картка – це пластиковий ідентифікаційний засіб, за допомогою якого його власник має можливість здійснювати операції сплати за товари, послуги та отримувати готівкові гроші. Вона є спеціальним платіжним інструментом, що здійснює функцію засобу ідентифікації, власник якого ініціює переказ грошей з відповідного рахунка платника або банку, а також здійснює інші операції, передбачені договором [3].

Широке поширення безготівкових платежів робить електронні інструменти більш доступними і необхідними для широких верств населення. Таким чином, збільшується охоплення населення послугами банківської системи, що зменшує непродуктивні готівкові заощадження, стимулює розвиток малого бізнесу і зменшує роль тіньових фінансових послуг.

Створену за роки незалежності систему електронних платежів в Україні умовно можна розділити на три сегменти – це загальнодержавна система електронних міжбанківських платежів, двосторонні міжбанківські розрахунки, системи роздрібних електронних платежів (банківські переведення, платіжні карти, системи грошових переказів, мобільні платежі й електронні гроші).

Відповідно до українського законодавства в країні функціонують такі типи платіжних систем, які класифікуються по типу організації, що ініціювала їх створення. Створені НБУ – це система електронних платежів, Національна система масових електронних платежів. Створені державними банками й державними установами – платіжні системи державних банків, Державного казначейства України, поштового зв'язку «Укрпошта». У приватному секторі створені внутрішньодержавні і міжнародні платіжні системи банків і небанківських установ.

Система електронних міжбанківських платежів Національного банку України (Система електронних платежів – СЕП) була створена в 1993 році. Основною метою системи електронних платежів стала відмова від паперової форми проведення розрахунків у банківській системі, що дало змогу досягти значної економії коштів, підвищити швидкість і оперативність здійснення платежів і поліпшити надійність та рівень безпеки міжбанківських платежів. Станом на 1 січня 2016 р. кількість учасників СЕП становила 260, із них банків – 127, філій – 104, НБУ – 2. Державна казначейська служба України містила 27 учасників, тоді як на кінець 2001 року загальна кількість установ – учасників СЕП становила 1562 (включаючи Національний банк України та його структурні підрозділи, Державне казначейство України та 156 банків – юридичних осіб. Із загальної кількості 613 установ були безпосередніми учасниками СЕП, а решта учасників мала доступ через внутрішньобанківську платіжну систему головного банку [4].

Базовий законодавчий акт, який встановлює правила функціонування платіжних систем в Україні і загальний порядок здійснення міжбанківських переказів – Закон України «Про платіжні системи і переказ коштів в Україні». Згідно з цим Законом у країні можуть створюватися внутрішньодержавні банківські та небанківські платіжні системи. До банківських платіжних систем належать системи міжбанківських розрахунків, внутрішні банківські платіжні системи і системи масових платежів (тобто банківські роздрібні платіжні системи з використанням платіжних карт). Банківські роздрібні платіжні системи або системи масових платежів, згідно із законом, призначені для переказу грошей за операціями, які здійснюються юридичними і фізичними особами із застосуванням платіжних карт, за винятком операцій, які проводяться в межах міжбанківських і внутрішніх банківських систем безготівкових платежів.

Важливим фактором, який стримує розвиток електронних платежів в Україні, є високий рівень використання в економіці країни готівки під час здійснення платежів. Це викликано високою часткою тіньової економіки і низьким рівнем довіри споживачів до системи загалом і до електронних платежів і платіжних інструментів зокрема. Оскільки розвиток роздрібних безготівкових платежів починався в Україні практично з нуля, то протягом останніх років цей ринок характеризувався досить високими темпами зростання обсягів наданих послуг, кількості учасників і власників електронних платіжних інструментів. При цьому відбувався розвиток банківських пла-

тіжних інструментів (платіжних карт) та інших систем переказу грошей (небанківські системи переказу грошей, електронні гроші, мобільні платежі тощо).

Ринок платіжних карт в Україні активно розвивався протягом останнього десятиліття. Разом із розвитком банківської системи і поширенням міжнародних платіжних систем на українському ринку значно збільшилася кількість власників карт і банків – членів банківських платіжних систем.

Протягом 2001-2015 рр. кількість комерційних банків, які стали членами карткових платіжних систем, збільшилася майже удвічі. У 2015 році їх кількість становила 98 банків (77% від загальної кількості), що на 41% більше, ніж у 2001 р.; кількість активних платіжних карт зросла у понад 10 разів – з 3 млн. шт. до 30,8 млн. шт. (табл. 1) [4].

З 2001 до 2007 року простежується збільшення кількості платіжних карток, але до кінця 2009 року кількість активних платіжних карт зменшилася на 29% порівняно з кінцем 2007 р. і становила 29,1 млн. шт. Це відбулося внаслідок кризи банківського сектора, коли окремі крупні комерційні банки виявилися на грані банкрутства, тому скоротили випуск нових та анулювали частину випущених платіжних карт. У 2015 р. загальна кількість платіжних карток в обігу збільшилася порівняно з 2009 р. на 25% і становила 59,6 млн. шт. Кількість платіжних карток, за якими було здійснено хоча б одну операцію за останні три місяці, в 2015 році становила 30,8 млн. шт., що на 13,5% менше, ніж у 2013 році, коли цей показник становив 35,6 млн. шт.

Протягом останніх років поряд зі зростанням кількості власників карт також розвивалася інфраструктура електронних платежів. Загалом розвиток інфраструктури ринку платіжних карток в Україні (POS-термінали, імпринтери та банкомати) відповідає темпам зростання кількості банківських карток.

Кількість електронних (POS) терміналів відповідала динаміці випуску платіжних карток і також поменшала під час економічної кризи. Причиною цього стало припинення роботи багатьох підприємств, зниження доходів населення і припинення більшості банківських кредитних програм, тому що внаслідок скорочення обсягів реалізації деякі торгові підприємства почали ховати свій бізнес у тінь, відмовляючись від наявних електронних терміналів.

Протягом першої половини 2010 р. ситуація стабілізувалася, і загальне число електронних терміналів збільшилося приблизно на 5% проти минулого року. У 2015 р. порівняно з 2010 р. кількість банкоматів, які обслуговують держателів платіжних карток, збільшилася на 9,4% і на початок 2016 року становила майже 33 334 од., кількість платіжних терміналів – на 44%, що становило 194 478 од. Порівняно з попереднім 2014 р. кількість банкоматів зменшилася на 3,3 тис. шт. (8,9%) – з 36,6 до 33,3 тис. шт. Однією з причин зменшення є дезінтеграція безготівкового обігу Донецької та Луганської областей. Зменшення кількості банкоматів відбулося в усіх областях. Найбільше банкоматів зменшилося в Донецькій, Луганській, Одеській областях та м. Києві. Більше половини інфраструктури ринку платіжних карток в Україні до 2014 р. припадало всього на п'ять регіонів: Київ і Київська обл. – 20,7%; Дніпропетровська обл. – 9,3%; Донецька обл. – 8,7%; Харківська обл. – 6,1%; Одеська обл. – 5,9%. [4]. Такий регіональний дисбаланс щодо розподілу інфраструктурних об'єктів дає підстави сподіватися на збільшення обсягів безготівкових роздрібних платежів у майбутньому за умови поліпшення інфраструктури в регіонах.

У 2014 р. на 1 млн. населення припадало 813 банкоматів і 952 платіжних термінали. Платіжні термінали в Україні активно розвиваються через низький рівень розвитку електронних каналів. Широке розповсюдження платіжних терміналів в Україні нетипове для розвинутих країн і є результатом відсутності альтернативних платіжних сервісів. Комплексний розвиток сервісів прийому безготівкових платежів зробить платіжні термінали неактуальними. В Україні простежуються високі темпи розвитку банкоматів, але за іншими показниками інфраструктура платежів менш розвинута, ніж у країнах Європи.

Платіжні картки в Україні емітує значна кількість установ Лідером серед банків за випуском платіжних карток є ПАТ «Приватбанк» – станом на 1 січня 2016 р. він випустив понад 29,6 млн. карток. АТ «Ощадбанк» випустив 8,9 млн. карток, АТ «Райффайзен Банк Аваль» – 4,3 млн., АТ «Укрсиббанк» – 2,1 млн., ПАТ «ПУМБ» – 2,0 млн., ПАТ «Укрсоцбанк» – 1,4 млн. Варто зауважити, що на ринку платіжних карток в Україні на частку ПАТ «Приватбанк» станом на 1 січня 2016 року припадає 50%, АТ «Ощадбанк» – 15%, АТ «Райффайзен Банк Аваль» – 7%.

За період 2002-2015 рр. відбулося збільшення кількості операцій з використанням платіжних карток, емітованих українськими банками, з 74 млн. до 1,969 млрд. Незважаючи на те, що кількість емітованих платіжних карток в Україні збільшилася, у вітчизняній практиці платіжні картки використовуються переважно з метою зняття готівки. Обсяг операцій з отримання готівки за 2015 рік зріс порівняно з попереднім роком на 11% і становив 848 млрд. грн., або 68,8% від загальної суми операцій за платіжними картками; обсяг безготівкових платежів збільшився майже на 50,8% і становив 385 млрд. грн., або 31,2% від загальної суми операцій за платіжними картками. Протягом останніх років в Україні спостерігається стабільний позитивний тренд зростання частки безготівкових операцій.

Основні причини значної питомої ваги операцій зі зняття готівки полягають, з одного боку, в консерватизмі населення щодо безготівкових платежів через звичку розраховуватися готівкою. А з другого – у здійсненні значних капітальних витрат на придбання терміналів та високих

Таблиця 1

Динаміка основних показників ринку платіжних карток в Україні за 2001-2015 рр.

2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Активні платіжні картки, млн. шт.										
3,0	11,52	24,8	41,2	29,1	29,4	34,9	33,1	35,6	33,0	30,8
Кількість банків-членів, шт.										
58	87	101	127	146	141	142	142	143	128	98
Кількість банкоматів, тис. од.										
1646	5027	11 325	20 931	28 938	30 200	32 997	36 152	40 350	36 596	33 334
Платіжних терміналів, тис. од.										
13 593	31 976	42 400	94 317	103 100	108 100	123 540	162 724	221 222	203 810	194 478

тарифах на їх обслуговування, а також необхідності оприлюднювати інформацію про реальні обороти і сплачувати відповідні податки.

З кожним роком незалежності України частка безготівкових платежів з використанням платіжних карт збільшується. За останні п'ять років частка таких платежів збільшилася у 8 разів завдяки розвитку ринку платіжних карток, електронного банкінгу, збільшенню кількості платіжних терміналів.

Значною проблемою залишається низька обізнаність користувачів про можливість використання електронних платежів та недостатній розвиток їх інфраструктури (табл. 2).

Таблиця 2

Причини використання готівки у розрахунках (2015 р.), % [4]

Фактор	%	Причина
Інфраструктура	68	Немає можливості використати карту (продавець працює лише з готівкою)
Фін. грамотність	30	Платити готівкою швидше, ніж карткою
Фін. грамотність	26	Оплачуючи готівкою, простіше контролювати витрати
Фін. грамотність	17	Платити готівкою зручніше, ніж карткою
Фін. грамотність	13	За оплату карткою стягується комісія
Фін. грамотність	10	Під час оплати карткою можлива помилка, що викличе подвійне списання коштів
Фін. грамотність	9	Недостатньо досвіду для використання картки, звичніше використовувати готівку
Фін. грамотність	4	Платити карткою небезпечно
Фін. грамотність	2	На картці бракує коштів

Операції з платіжними картками в Україні в 2015 р. становлять близько 40% від загального обсягу грошових розрахунків. Рівень використання електронних платежів у деяких сегментах становить менше 20%. Так, найбільше платежів карткою здійснюється під час розрахунків за комунальні послуги – 57%, за квитки на міжміський транспорт – 54%, за електроніку та побутову техніку – 50%. Найменше розраховуються карткою за подарунки – 18%, медичні послуги – 24%, продукти харчування – 24%.

Більше половини усіх безготівкових транзакцій проводиться в мережі Інтернет (рис. 1). Темпи зростання платежів через мережу Інтернет щороку збільшуються. Кількість операцій та загальна сума подвоюється щороку. Протягом 2015 року обсяг операцій через мережу Інтернет досяг 52% від загальної суми безготівкових операцій з використанням платіжних карток. Протягом цього періоду в Україні було здійснено понад 505,5 млн. (98%) операцій з використанням платіжних карток через мережу Інтернет на загальну суму 192 млрд. грн. (94%). Кількість магазинів електронної торгівлі (комерції), які обслуговували платіжні картки в Україні, станом на 1 січня 2016 року становила 2915 од. Інтернет стане абсолютно провідним способом здійснення безготівкових транзакцій найближчими роками.

Рис. 1. Операції з використанням платіжних карток через мережу Інтернет в Україні (тис. шт., млн. грн.) [4]

Висновки. Для більш активного використання електронних платіжних засобів необхідно забезпечити подальший розвиток інфраструктури, а також сприяти розвитку фінансової грамотності. Для розвитку ринку платіжних карток насамперед необхідно викликати довіру населення, підвищити ефективність карткових технологій за допомогою маркетингу фінансових послуг тощо. Також необхідно вдосконалити механізм користування платіжними картками, оскільки для людей похилого віку цей механізм не зовсім зрозумілий.

Український картковий ринок дуже динамічний, на ньому змінюються лідери, з'являються нові продукти і технології. Незмінним залишається лише одне – він швидко розширюється за рахунок нових власників карток, емітентів і точок обслуговування. Таким чином, для багатьох комерційних банків пластикові картки стали новим напрямом бізнесу, ефективним фінансовим інструментом, а для населення – зручним засобом розрахунків.

Список використаних джерел:

1. Смолень Р.П., Українець І.М Розвиток безготівкових розрахунків в Україні / Наука й економіка / 2012, № 2 (26) – С. 53-57.
2. Катюха К.О., Успаленко В.І. Аналіз стану та розвиток ринку платіжних карток економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2012, № 2(18) – С. 34-42.
3. Орлюк О.П. Фінансова енциклопедія. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 472 с.
4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua
5. Чкан І.О. Безготівкові розрахунки – сучасний спосіб оплати / І.О. Чкан // Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол.: І.Д. Пасічник, О.І. Дем'янчук. – Острог: видавництво національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 27. – С. 121-124.
6. Міщенко В., Ніконова М. Розвиток безготівкових роздрібних платежів і технологій самообслуговування клієнтів банків в Україні / Вісник НБУ. – № 1(203) 2013. – С. 20-26.

Аннотация. В статье освещены проблемы развития банковских платежных карт. Указано количество активных банковских платежных карточек, эмитированных украинскими банками, и выявлены лидеры по выпуску платежных карточек. Также обращено внимание на количество выпущенных и установленных банками платежных средств, указаны пути улучшения рынка платежных карт.

Ключевые слова: банковская платежная карточка, банкомат, платежный терминал, безналичные операции, наличные деньги.

Summary. Article is devoted to the analysis of the debit card market. Problems of its development are studied. The amount of active debit cards issued by Ukrainian banks is provided, leaders in the sphere are named. The amount of issued and proclaimed payment instruments is determined and the ways of improvement of debit card market are proposed.

Key words: debit card, ATM, payment terminal, noncash operations, cash.

УДК 339.923:339.97

Загарій В. К.
кандидат економічних наук, доцент,
декан факультету економіки, права і інформаційних технологій
Київського національного університету культури і мистецтв

Синільник В. В.
студентка
Київського національного університету культури і мистецтв

Zaharii V. K.
PhD in economics, Associated Professor,
Dean of the Economics,
Law and Information technology Faculty
Kyiv National University of Culture and Arts

Synilnyk V. V.
Student
Kyiv National University of Culture and Arts

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОМПАНІЇ І СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СВІТОВУ ЕКОНОМІКУ

TRANSCENDING COMPANIES, STRATEGIC ALLIANCE AND THEIR INFLUENCE IN THE WORLD ECONOMIC

Анотація. У статті досліджено сутність та особливості транснаціональних корпорацій (ТНК), їх роль у глобалізаційних процесах. Проаналізований сучасний стан діяльності транснаціональних корпорацій. Розглянуто перелік найбільших ТНК, які діють у світовій системі. Наведені дані щодо основних країн-інвесторів за рейтингом у світі та за видами їхньої економічної діяльності. Значна увага приділена тенденціям розвитку транснаціональних компаній і стратегічних альянсів та їх впливу на світову економіку.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, глобалізація, інтеграційні процеси, стратегічні альянси, світова економіка.

Постановка проблеми. Під впливом глобалізації та інтеграції світового господарства транснаціональні корпорації завойовують нові ринки і прагнуть подальшого розширення економічної влади. Все частіше спостерігається тенденція того, що загальний капітал ТНК перевищує загальне ВВП деяких країн. Найбільші транснаціональні корпорації світу займають провідні позиції у стратегічних галузях міжнародного господарства. Важливим є те, що діяльність ТНК не тільки дає додаткові можливості для економічного зростання і розвитку, але і може знижувати рівень економічної незалежності, впливаючи на формування державної політики регулювання ринків та секторів економіки країн світу. З огляду на швидкі темпи глобалізації світової економіки дослідження цього питання є актуальним та має значний вплив на підвищення конкурентоспроможності національних економік світу, зокрема й України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна література нараховує багато наукових праць, присвячених дослідженню процесів транснаціоналізації, явища ТНК та економічного механізму їх функціонування, пріоритетів і проблем розвитку в умовах глобалізації та впливу на національні економічні системи. В. Рокочею, О. Плотніковим, С. Хіршем, Т. Ангмоном був здійснений аналіз пере-

думов, етапів формування і факторів розміщення транснаціональних компаній. С.О. Якубовський, Ю.Г. Козак, В.Є. Новицький, О.І. Рогач, О.А. Швиданенко, В.Ю. Шевченко дослідили вплив прямих іноземних інвестицій ТНК на конкурентоспроможність країн та на галузі економіки, які вони опановують. Вітчизняні вчені, такі як І. Пєнська, О. Амоше, П. Бєлєнький, В. Будкін, розглядали у своїх працях проблеми економічної безпеки країни та вплив ТНК на національну економіку. Основні напрями та стратегії здійснення діяльності ТНК досліджено у працях таких науковців, як Н.К. Болгарова. Автором також були досліджені питання стратегічних альянсів транснаціональних компаній та їх вплив на розвиток економічної системи.

Метою статті є аналіз сучасного стану транснаціональних корпорацій і стратегічних альянсів, їх впливу на світову економіку.

Виклад основного матеріалу. В умовах глобалізації світового господарства ТНК є рушійною силою корпоративного бізнесу, вони діють на міжнародному ринку і відіграють важливу роль у посиленні та укріпленні світових господарських зв'язків. ТНК проводять свої транзакції на основі розроблених стратегій, пов'язуючи національні і регіональні ринки та забезпечуючи цілісність світового господарства.

Транснаціональна корпорація – це складний продукт світових економічних відносин, який, на відміну від звичайної корпорації, переносить за кордон не товар, а сам процес вкладання капіталу, поєднуючи його із закордонною робочою силою в межах міжнародного виробництва.

За офіційним визначенням Конференції ООН із торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), транснаціональна корпорація – це підприємство, що об'єднує юридичних осіб будь-яких організаційно-правових форм і видів діяльності в двох чи більше країнах і провадить єдину політику та загальну стратегію завдяки одному або декільком центрам прийняття рішень. Центром ТНК є материнська компанія, яка розміщена в країні базування і здійснює централізоване планування, управління та контроль за діяльністю своїх закордонних підрозділів – дочірніх підприємств, асоційованих компаній і філій, що розташовані в приймаючих країнах. Головною метою ТНК є отримання максимального прибутку за рахунок дешевших ресурсів виробництва, доступ до ринків збуту та диверсифікація ризиків за рахунок послаблення залежності від кон'юнктури в певній окремій країні.

ТНК з'являються на світовій арені з кінця XX ст. внаслідок стрімкого стрибка розвитку світової економіки загалом. У цей період розвиваються нові форми міжнародного співробітництва, які об'єднують різні матеріальні і духовні ресурси для спільних досліджень і прикладних цілей. Важливим чинником їх формування з 1970-х років була політика лібералізації, що дала змогу найсильнішим компаніям і банкам вийти з-під національно-державного контролю та придбати чималу самостійність. Ці тенденції, які проявляються в міжнародній кооперації в усіх сферах політичного життя, можна визначити як перехід від класичної зовнішньої політики до світової внутрішньої політики. Сталося географічне стиснення світового простору, що вимагає нових форм взаємин.

Саме ТНК визначають нові тенденції у вивезенні капіталу, в динаміці та географічному розподілі міжнародних інвестицій, оскільки глобальний характер діяльності та адекватне інформаційно-аналітичне забезпечення дають змогу досить швидко ідентифікувати найбільш прибуткові ринки.

Кількість ТНК та їх філій у світі щороку зростає. За даними Конференції ООН із торгівлі та розвитку (UNCTAD), у світі нараховується понад 82 000 ТНК і понад 810 000 філій. На територіях промислово розвинутих держав розміщено понад 80% материнських компаній і близько 33% філій іноземних доменів; у країнах, які розвиваються, – відповідно 19,5% і майже 50%, у постсоціалістичних – близько 0,5% і 17%. Доменами найбільших ТНК в основному є держави із сильними, стабільними економіками, такі як США, Великобританія, Німеччина, Китай, Франція [1, с. 89].

За офіційним списком Forbes у 2016 році провідні позиції займають ТНК таких країн, як США та Китай. Далі по списку – такі країни, як Японія, Індія, Німеччина, Росія, Великобританія, Бразилія, Франція та Італія. Для того щоб усвідомлювати масштаби влади ТНК, варто сказати, що їх загальна вартість вже у 2013 році виявилася в чотири рази більшою від загальної світової ВВП.

Сьогодні економічний потенціал деяких ТНК перевищує економічний потенціал не лише окремих країн, а й регіонів світу. Транснаціональний капітал володіє третиною всіх виробничих фондів і виробляє майже половину загальнопланетарного продукту. Завдяки своїм рішенням у сфері капіталовкладень і вибору місць розміщення виробництва ТНК відіграють чималу роль у розподілі світового виробничого потенціалу.

За останні роки ТНК почали з'являтися в країнах, які розвиваються, оскільки ці країни є можливими носіями економічного зростання і ринкових відносин. Основними причинами появи ТНК є пошук нових ринків виробництва та збуту, дешевих ресурсів та робочої сили, зниження витрат виробництва, зростання конкурентоспроможності та максимізація прибутків.

Бюджет деяких транснаціональних компаній перевищує бюджет цілих країн: так, обсяг продажів всесвітньо відомого «Дженерал Моторс» у дев'яностих роках перевищив ВВП скандинавських країн, Саудівської Аравії та Індонезії; Японська «Тойота» заробила грошей в два рази більше, ніж ВВП Марокко, Сінгапуру та Єгипту [2].

Звичайно, сьогодні ситуація трохи змінилася: деякі з регіонів істотно збільшили свою економічну потужність, але і зараз капітали ТНК перевищують ВВП країн, що розвиваються.

Під впливом інновацій, що підсилюються інтернаціоналізацією капіталу і виробництва, капітал ТНК сконцентрувався у сфері послуг і наукомістких галузей обробної промисловості. Особливо це характерно для окремих країн, що розвиваються. У Південно-Східній Азії та Латинській Америці мають місце значні розміри вкладеного міжнародними корпораціями капіталу. Так, понад 2/3 експорту електронної та електротехнічної продукції, виробленої у Малайзії, Сінгапурі, Мексиці, на Філіппінах, здійснюється філіями ТНК.

Престижність та успішність ТНК світу визначають за такими показниками, як рівень доходів, розмір прибутків, рівень соціального захисту своїх робітників, ефективність корпоративного управління.

У 2016 році у список 2000 найбільших попали компанії з 63 країн, хоча рік тому вони були представниками лише з 61. При цьому внаслідок кризи в світовій економіці та зміцнення долара сукупний дохід ТНК зменшився на $4 трлн. і зараз становить лише $35 трлн. Чистий прибуток компаній становив близько $2,4 трлн, а вартість активів перевищує $162 трлн. Всі найдорожчі компанії коштують близько $44 трлн. (за рік показник знизився на $4 трлн.) [2].

Криза у світовій економіці негативно відбивається на діяльності найбільших компаній. Зокрема, майже всі показники впали порівняно з 2015 роком, загальне падіння становило 8% за минулий рік.

Топ 10 компаній 2016 року наведені у таблиці 1 (за даними журналу «Forbes») [3].

Таблиця 1

Найбільші корпорації світу за розміром прибутку

Місце в рейтингу	Компанії	Дохід, $	Прибуток, $	Кількість працівників
1	Industrial & Commercial Bank Of China	151,4 В	42 В	462 282
2	China Construction Bank	134,2 В	35 В	369 000
3	Berkshire Hathaway	222,4 В	24,1 В	331 000
4	JPMorgan Chase	102,5 В	24, 2 В	234 000
5	Wells Fargo	97,6 В	21,9 В	264 000
6	Agricultural Bank Of China	115,7 В	27,8 В	500 000+
7	Bank of America	92,2 В	16,6 В	213 000
8	Bank of China	113,1 В	24,9 В	317,716
9	Apple	217,5 В	45,2 В	110 000
10	Toyota Motor	249,9 В	17,1 В	33 000

До основних факторів, що вплинули на успіх цих компаній належать:

– ведення стабільної, ефективної економічної діяльності в кризових умовах;

– активна інтеграція та розширення своїх виробничих потужностей на територіях інших країн;

– збільшення масштабів діяльності та використання новітніх технологій.

Щодо галузевого розподілу, то у сфері IT в першу трійку входять такі компанії, як Microsoft ($85,3 В), Oracle ($37,4 В), SAP ($24,4 В); у сфері медицини – Johnson & Johnson ($79,9 В), Medtronic ($29,4 В), Fresenius ($32,2 В); у сфері машинобудування – Toyota Motor ($249,9 В), Daimler ($169,5 В), Volkswagen Group ($240,3 В); у легкій промисловості – Inditex ($25,7 В), TJX Cos ($33,2 В), H&M ($22,7 В); у сфері комп'ютерних послуг лідерами є Alphabet ($89,9 В), IBM ($79,9 В), Facebook ($27,6 В); у сфері електроенергетики – Enel ($75,9 В), Korea Electric Power ($51,9 В), Iberdrola ($32,3 В) [3].

Розвиток міжнародного виробництва супроводжується змінами в методах організаційної діяльності ТНК. Якщо в 1980-ті роки ТНК віддавали перевагу створенню нових закордонних філій, то в другій половині 1990-х сформувалася тенденція до підвищення ролі трансграничних злиттів і поглинань іноземних компаній. Більшість трансграничних угод припадає на 100 найбільших ТНК. У своїй діяльності ТНК створюють стратегічні альянси з компаніями закордонних країн. Стратегічні альянси охоплюють широкий діапазон міжфірмових зв'язків, включаючи спільні підприємства, портфельну пайову участь, обмін акціями, спільні науково-дослідні розробки, спільне виробництво, спільний маркетинг, угоди про довгострокові постачання тощо.

Стратегічний альянс являє собою такий вид співробітництва двох або більше компаній, за якого вони об'єднуються для вирішення спільних ідей, для досягнення певних комерційних цілей, для отримання синергії об'єднаних і взаємодоповнюючих стратегічних ресурсів компаній.

Стратегічні альянси можуть розвиватися в аутсорсингових відносинах, коли сторони бажають досягти довгострокових взаємовигідних переваг і інновацій, заснованих на досягненні взаємовигідних бажаних результатів. Проте, якими б довгостроковими ці відносини не були, важливо зауважити, що будь які альянси є тимчасовими і розпадаються, коли необхідність в об'єднанні зникає. При цьому альянси значно впливають на конкуренцію: об'єднані компанії спрямовують зусилля більшою мірою проти загальних конкурентів, ніж одна проти одної.

У стратегічний альянс можуть вступати не тільки постачальники і клієнти (наприклад, Marks & Spencer уклала неформальні стратегічні союзи з багатьма постачальниками товарів), а й конкуренти (наприклад, Grundig і Philips, які об'єднали свої зусилля в області відеозапису, або Honda і Rover – у мобільному зв'язку) [4].

Історично компанії розвинених країн, орієнтовані на експорт, шукали можливості альянсу з компаніями менш розвинених країн, щоб імпортувати і просувати на місцевий ринок свою продукцію. Такі угоди часто були необхідні для отримання доступу на ринки менш розвинених країн. Останнім часом провідні компанії з різних частин світу створювали стратегічні альянси для посилення своїх спільних можливостей з обслуговування цілих континентів і просування до ще більшого залучення в діяльність на світовому ринку. Як японські, так і американські компанії створювали альянси для зміцнення своєї конкурентоспроможності на ринку країн Європейського союзу й освоєння ринків східноєвропейських країн [5, с. 33].

Стратегічні альянси довели свою важливість не тільки для національного, але і для багатонаціонального бізнесу, а також для економіки залучених до них держав. Розвиток альянсів і партнерських відносин набув натепер і досягне в майбутньому набагато більшого розквіту, ніж було в минулому. Багато фірм, що раніше рідко вступали в альянси, тепер створюють їх регулярно. Так, наприклад, американська American Telephone and Telegraph (ATT) і англійська корпорація British Telecom об'єдналися і створили підприємство телефонного зв'язку. Територія, де діє нове об'єднання, охоплює Північну і значну частину Південної Америки, Європи, Азії й Океанії (близько 200 країн і територій). За оцінками, річний оборот об'єднання становить 10 млрд. дол., а щорічний прибуток перевищує 1 млрд. дол. Конкуруючі американські корпорації ATT, IBM, Apple Computer і німецька фірма Siemens створили альянс, у межах якого буде вироблятися продукція, «що говорить на одній мові», розробляються комп'ютерні стандарти із сумісності техніки, що випускається різними конкуруючими фірмами.

Крім того, альянс розробляє всі комплексні рішення, що використовують переваги корпоративних і телекомунікаційних продуктів обох компаній. У фонді Hewlett-Packard Financial Services – декілька мільярдів євро, зарезервованих під цільове фінансування IT-проектів компаній у країнах Центральної та Східної Європи (в тому числі в Україні). Саме Alcatel-Lucent скористалася такою новою послугою від Hewlett-Packard та передала на аутсорсинг всю свою IT-інфраструктуру. Таким чином, компанія має намір скоротити операційні витрати та зосередитися на основних завданнях. Також Alcatel-Lucent уклала угоду з найбільшим оператором на телекомунікаційному ринку України «Київстар Дж. С. М.» про постачання йому обладнання [6, с. 38].

Проте у таких альянсів є і свої недоліки. Багато альянсів розпадаються або ліквідуються, якщо один із партне-

рів приймає рішення про придбання іншого. Проведений в 1990 році аналіз 150 компаній, які перебувають у стратегічних альянсах, що згодом розпалися, показав, що в 75% всіх альянсів партнери були поглинені учасниками альянсів, насамперед японськими компаніями. Загалом відзначається, що японські фірми порівняно з європейськими та американськими більш активно діють, впроваджують досвід, набутий у межах стратегічного альянсу.

Інколи учасники альянсу навмисно, знаючи сильні і слабкі сторони партнера, ставлять його у безвихідне становище, коли він не здатний протистояти поглинанню своєї компанії. У багатьох альянсах найбільша небезпека полягає в тому, що учасники альянсу можуть досить добре вивчити операції своїх партнерів, скопіювати порядок їхніх дій і стати успішними конкурентами.

Говорячи про недоліки стратегічних альянсів, варто зазначити, що ефективна координація діяльності самостійних компаній є складним завданням. Будучи значною мірою незалежними, партнери в змозі приймати рішення, неоптимальні щодо інтересів стратегічного альянсу загалом. Його учасники постійно змушені знаходити форми вирішення протиріч під час виконання завдань, що стоять перед стратегічним альянсом загалом і окремими його партнерами. Доводиться долати також мовні і культурні бар'єри. Результати аналізу функціонування стратегічних альянсів показують, що близько половини з них не дають очікуваної віддачі, а їх учасники часто опиняються у складному становищі.

Висновок. Таким чином, розвиток сучасної світової економіки спрямований на створення єдиного економічного простору, де основними суб'єктами господарських відносин стають уже не країни, а транснаціональні корпорації, стратегічні альянси.

Транснаціональні корпорації неоднозначно впливають на світову економіку. З одного боку, вони сприяють економічному зростанню і загальному розвитку світової економіки, а також є невід'ємною частиною глобалізації, яку в сучасних умовах зупинити неможливо. Проте, з іншого боку, існує значний ризик переходу контролю до рук ТНК у стратегічних сферах діяльності країн, що приводить до втрати їх економічної та політичної самостійності.

Транснаціональні корпорації створюють стратегічні альянси з компаніями закордонних країн. З позитивного погляду, це є можливістю співпраці країн, а також менших компаній, що розвиваються, із транснаціональними компаніями з метою розвитку та посилення потужності країни на міжнародній арені шляхом отримання інвестицій. Також значною перевагою є і зниження ризиків у діяльності компаній шляхом укладення альянсів. Проте з недоліків варто відзначити ризики для компаній, які, не витримавши конкуренції, змушені будуть покинути провідні позиції. Крім того, є загроза створення свого роду надмонополістів на міжнародному економічному рівні, що негативно впливає на світову економіку.

Для зменшення негативного впливу транснаціональних корпорацій і стратегічних альянсів на світову економіку необхідно, на нашу думку, вдосконалювати економіко-правові засади формування організаційно-економічного механізму державного регулювання їх створення та функціонування у приймаючих країнах світового господарства.

Список використаних джерел:

1. Прохорова М.Е. Особливості та тенденції розвитку процесів транснаціоналізації в XXI столітті // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2015. – № 2. – С. 88-98.
2. Транснаціональні корпорації: список найбільших [Електронний ресурс] – 2016 – Режим доступу: https://businessman.ru/transnatsionalnyie-korporatsii-spisok-krupneyshih.html
3. The World's Biggest Public Companies [Електронний ресурс] – 2017 – Режим доступу: https://www.forbes.com/global2000/list/#industry:Electric%20Utilities
4. Тетюра К.С. Міжнародні стратегічні альянси: причини створення та розпаду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=8819.
5. Priscilla Wohlstetter, Joanna Smith, Courntey L. Malloy. Strategic Alliances in Action: Toward a Theory of Evolution -The Policy of Study Journals. – 2005. – № 3. – P. 33.
6. Тронько В. Формування міжнародних стратегічних альянсів у сфері телекомунікаційних послуг / Тронько В. // – Вісник КНТЕУ – 2010. – № 4. – С. 31-39.

Аннотация. В статье исследована сущность и особенности транснациональных корпораций (ТНК), их роль в глобализационных процессах. Проанализировано современное состояние деятельности транснациональных корпораций. Рассмотрен перечень крупнейших ТНК, действующих в мировой системе. Приведенны данные по основным странам-инвесторам по рейтингу в мире и по видам их экономической деятельности. Значительное внимание уделено тенденциям транснационализации и определению ее влияния на развитие мировой экономики. Большое внимание уделено тенденциям развития транснациональных компаний и стратегических альянсов и их влиянию на мировую экономику.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, глобализация, интеграционные процессы, стратегические альянсы, мировая экономика.

Summary. The article explores the essence and peculiarities of transnational corporations (TNCs), their role in globalization processes. The current state of activity of transnational corporations is analyzed. The list of the largest TNCs operating in the world system is considered. The data on the main countries-investors according to the rating in the world and the types of their economic activities are presented. Considerable attention is paid to the tendencies of transnationalization and its impact on the development of the world economy

Key words: transnational corporations (TNCs), globalization of economy, integration processes, direct foreign investments, world economy.

УДК 330.101.54

Зайцев О. В.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Сумського державного університету

Zaitsev O. V.
Ph.D, Associate Professor
of the Department of Finance and Credit
Sumy State University

ЗАКОН ВАРТОСТІ – МОЖЛИВА ОБ'ЄДНУЮЧА ОСНОВА ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ

THE LAW OF VALUE IS THE BASIS OF ECONOMIC THEORIES MAYBE

Анотація. У статті розглянуто особливості розвитку класичної економічної теорії та неокласичних напрямів. Звертається увага, що спільним є розуміння наявності законів в економічних процесах. Стверджується думка, що в економічних процесах закон вартості працює паралельно із законами неокласичної економічної теорії.

Ключові слова: класична економічна теорія, неокласичні економічні теорії, закон вартості, закон попиту та пропозиції, взаємодія законів.

Постановка проблеми. Наука як елемент матеріально-духовної культури людства претендує на таку форму знань, яка є системою визначень та понять щодо природних та суспільних явищ. Це така система визначень та понять, яка дає можливість не лише розуміти та пояснювати явища навколишньої дійсності, а й за їх допомогою передбачати та перетворювати дійсність в обраних людиною або соціумом напрямах розвитку суспільної та природної дійсності. Якщо маємо такі положення, істинність яких постійно підтверджується практикою, то вважаємо їх науковими досягненнями. Але не будь-яке правильне, достовірне твердження є науковим досягненням. Наукове і практичне визнання мають ті положення, які отримують статус законів, їх називають законами науки. Факти дійсності – це лише матеріал науки. Вони цікавлять науку настільки, наскільки можуть слугувати відкриттю нових або верифікації вже відомих наукових законів.

Бажано звернути увагу на те, що факти навколишньої природної та суспільної дійсності є «матеріалом», «сировиною» для процесу вироблення наукових знань, особливо такої форми наукового знання, як наукові закони. Також доречно зазначити, що положення про те, що факти дійсності – це підґрунтя для формування знань у формі закону, має певні винятки, а саме визнається і цінується як науковий пошук, опис фактів у їх хронологічному порядку (історія, археологія) або у просторовому розташуванні (географія та археологія). Але таке розуміння історії та географії не задовольняє багатьох учених, які представляють згадані науки і які роблять спроби знайти історичні, археологічні чи географічні закони. Натепер знайдено неоголошений компроміс, згідно з яким поряд із науками, що досліджують явища шляхом пошуку та обґрунтування наукових законів, існують науки, що описують факти.

З другої половини XX століття у певних економічних колах виникла дискусія про те, до якої групи наук відносити економічну науку. Переважна більшість наукової економічної спільноти розглядають систему економічних знань як законоіманентну науку, або, зрештою, такою наукою, що має стійкі пізнавальні закономірності. Багато з науковців-економістів прагнуть до того, щоб так було в дійсності. Пояснюються такі прагнення або така апріорна впевненість тим, що виявлення економічних законів дасть змогу вивести на науковий рівень, тобто на практично-передбачуваний у майбутньому рівень, та отримати конкретний механізм, модель, метод прогнозування і цілеспрямованого планування ефективних дій у сфері економічної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вважаємо, що доречним та цікавим буде дати своє бачення відповіді на питання, чому виникла дискусія про те, існують чи не існують економічні закони. Класична політекономія виникла та розвивалася як наукова економічна теорія, підвалинами якої була людська праця, що виступила вартісною основою в цій економічній теоретичній течії, яку згодом і стали називати класичною політичною економією. Класичною політекономічною школою був сформульований перший економічний закон – закон вартості.

Із часів виходу (1776 рік) у науковий світ роботи шотландця А. Сміта (1723-1790) «Дослідження природи та причин багатства народів», що започаткувала класичний напрям економічної думки, наявність як законів, так і закономірностей в економіці була незаперечним атрибутом класичної економічної теорії. А іншої теорії, окрім класичної політичної економії, так розвиненої та такої, що активно опрацьовується прихильниками та критикується противниками, на той час не існувало. Класична політична економія у науковому розвитку її найбільш відомих послідовників, англійця Д. Рікардо (1772-1823), швейцарця Ж.Ш. Сісмонді (1772-1823), німця К.Г. Маркса (1818-1883), обґрунтовувала та використовувала у своїх дослідженнях економічний закон під назвою «закон вартості». Про сутність закону вартості йтиметься далі, а зараз наголошуємо, що з кінця XVIII сторіччя і аж до середини XX панівним в економіці був погляд, що економічна наука є наукою зі своїми, притаманними їй економічними законами. Навіть наукові опоненти, такі як англійці Джемс Мілль (1773-1736), Джон С. Мілль (1806-1873) та інші, що заперечували як науково-теоретичний атрибут наявність в економіці саме закону вартості, не заперечували, що економічні науки все ж мають свої закони та певні закономірності, похідні від таких законів.

У кінці XIX сторіччя сформувався інший напрям економічної теоретичної думки, відмінний від класичної політекономії, який надалі стали іменувати неокласикою. Яскравими представниками неокласичного напряму є британці А. Маршалл (1842-1924) та Дж. М. Кейнс (1883-1946). У їхніх теоретичних концепціях наявність законів в економічній науці є цілком природньою. Альфреда Маршала вважають засновником напряму в руслі неокласики, що зараз має назву «економікс». Але поряд із ним плідно працювали англієць У.С. Джевонс (1835-1872), австрієць К. Менгер (1840-1921), француз Л. Вальрас (1834-1910). У кінці 30-х років XX сторіччя наукові добутки британця Д.М. Кейнса привнесли в економіку такі концептуальні нововведення, що їх стали називати кейнсіанською революцією. Сучасна неокласика (в тому числі економікс та послідовники Кейнса) декларує низку економічних законів. Наприклад, закон попиту і пропозиції, закон нагромадження, закон Оукена, закон Енгеля, закон Вальраса, закон спадної продуктивності (віддачі, доходності) та багато інших положень (зараз таких близько півсотні), яким із легкістю або автори, або прихильні послідовники давали найменування законів.

Що ж відбулося в середині XX сторіччя, що викликало серед економістів думки, що, можливо, в економічних науках таких наукових законів, як, наприклад у фізиці або хімії, не може існувати? Вдало, на наш погляд, висловився американський економіст, лауреат Нобелівської премії з економіки (1970) П.Е. Самуельсон. У своєму підручнику «Економіка» (Economics), який вперше вийшов із друку у 1948 році, Самуельсон зауважив: «Мы до сих пор не знаем, как найти ту единственную совершенную модель политики доходов, которая избавит нас от необходимости выбирать между полной занятостью и стабильностью цен. Но то, что нам действительно нужно сделать, так это отдать должное критикам обычной (читай – классической, – *авт.*) политэкономии, которая (т. е. критика – *авт.*) господствовала в прошлом, господствует сейчас и будет, несомненно, цвести в будущем» [1, с. 399]. Багато фактів говорять про те, що у 50-60-х рр. XX сторіччя відбулася певна підсумкова оцінка напрацьованого світовою економічною думкою теоретико-економічного надбання у площині його практичної результативності. Таке зіставлення напрацювань теоретичної економічної думки з результатами їх практичного застосування відбулося як у науковців неокласичних економічних напрямів, так і у науковців класичної економічної течії. Дуже багато є тому підтверджень подіями у науковій соціальній та особливо у політичній сферах глобального світового розвитку.

Погоджуючись та відчуваючи разом із П. Самуельсоном відомий всім економістам гіркий присмак професійного невдоволення, про який йде мова у першому реченні наведеної цитати, вважаємо, що в другому реченні є відповідь на той результативний стан, що описаний у першому реченні. Можливо, саме тому і не знайдено ту «единственную совершенную модель…», що неокласика не сприйняла основоположних принципів класичної політекономії і критикувала їх у теорії та ігнорувала у практиці економічного моделювання, замість того щоб розглянути їх із позицій можливості використання у своїх економічних концепціях. Цим не сприйнятим неокласичними економічними течіями принципом було введення в економічну теорію А. Смітом показника витрат праці, що вимірюється кількістю робочого часу людини-працівника, та трактування його як основи економічних відносин. Саме кількість витраченої праці є у класичній теорії соціальним регулятором економічних відносин розвиненого капіталістичного виробництва. Саме кількісне визначення праці стає якісним та кількісним підґрунтям економічного закону під назвою «закон вартості». До речі, першим, хто свідомо визначив вартість робочим часом, був видатний американський політичний діяч, учасник війни за незалежність Північних Американських штатів, фізик та економіст (зверніть увагу та зважте на такий науковий симбіоз – фізик(!) та економіст(!), – *авт.*) Бенджамін Франклін (1706-1790) у своїй роботі «Скромне дослідження про природу і необхідність паперових грошей» (1836 рік). Це саме він із 1914 року зображений на грошовій одиниці США номіналом 100 доларів, і при цьому він ніколи не займав пост президента цієї країни. Його підписом були скріплені три найважливіших і головних документи в історії США і світу – «Декларація незалежності США», «Конституція США», «Версальський мирний договір 1783 року».

Але повертаємося до теми розгляду. Мова йде про розвиток та взаємодію теоретичних економічних течій, про класику та неокласику та про наукові закони в економіці і їх застосування в теоретичних моделях і на практиці. Чому неокласика не використовувала досить вдало сформульований А. Смітом, розвинений Д. Рікардо та розгорнуто розкритий у діалектичному взаємозв'язку з економічною дійсністю К. Марксом закон вартості? Наведемо далі по тексту чотири пункти, що характеризують та частково пояснюють чинники, які сприяли народженню та розвитку неокласичних економічних течій.

На початок 60-х років XIX століття стан розвитку класичної економічної теорії Д. Рікардо найбільш послідовно сформулював та розвинув визначення мінової вартості робочим часом, і саме проти нього і була спрямована критика економістів. К. Маркс як прихильник та послідовник неокласичної теорії проаналізував критичні зауваження, узагальнив та об'єднав їх у чотири *групи критичних аргументів*, відштовхуючись від яких, сформував напрями подальшого розвитку класичної політекономії [2, с. 47-48].

Перший критичний аргумент. Праця сама по собі має мінову вартість. Різні види праці мають різні мінові вартості. Робити мінову вартість мірою мінової вартості значить створювати порочне коло, оскільки мінова вартість, що є вимірювачем, сама потребує вимірювання. Розв'язання цього питання К. Маркс бачив у розвитку вчення про найману працю (розуміти як напрям подальшого розвитку класичної політекономії) [2, с. 47].

Другий критичний аргумент. Якщо мінова вартість товару дорівнює вмісту в ньому робочого часу, то мінова вартість робочого дня дорівнює його продукту. Іншими словами, заробітна плата повинна дорівнювати продукту праці. Але в дійсності має місце протилежне. Розв'язання цього питання К. Маркс бачив у дослідженні капіталу як суспільного явища (сприймати як напрям подальшого розвитку класичної політекономії) [2, с. 48].

Третій критичний аргумент. Ринкова ціна товарів падає нижче або піднімається вище їх мінової вартості разом зі зміною відношення між попитом і пропозицією. Тому мінова вартість товарів визначається відношенням попиту і пропозиції, а не робочим часом, що містяться в цих товарах. Розв'язання цього питання К. Маркс вбачав у дослідженні явища конкуренції (сприймати як ще один напрям подальшого розвитку класичної політекономії) [2, с. 48].

Четвертий критичний аргумент. Якщо мінова вартість є не що інше, як вміщений у товарі робочий час, то яким чином можуть товари, що зовсім не містять у собі праці, мати мінову вартість. За К. Марксом ця проблема розв'язується у вченні про земельну ренту (також напрям подальшого розвитку класичної політекономії) [2, с. 48].

Як продовження досліджень у напрямі подальшого розвитку класичної політекономії, як науково-обґрунтована відповідь на зазначені вище критичні зауваження К.Г. Маркс пише та видає у 1867 році перший том праці під назвою «Капітал», а далі планує видати ще дві книги. Але вихід у світ подальших робіт розтягується у часі аж до 1910 року. Багато відомих економістів неокласичного напряму на питання, чи знайомі вони з роботою Маркса «Капітал», відповідали, що не чули про такого автора та не читали таку економічну роботу класичного спрямування. Всю класичну економічну теорію наукова спільнота сприймала винятково текстами наукових розробок А. Сміта та Д. Рікардо. Наукова спільнота на початок 60-х років XIX століття сформулювала і надалі сприймала як недоліки *критичні аргументи* щодо класичної політекономії та вважала їх нерозв'язаними проблемами. Так виникав відмінний від класичного напрям економічної думки, що в подальшому назвали неокласичним. Отже, як поточний висновок зауважимо, що з середини XIX сторіччя і до середини 20-х рр. XX сторіччя переважна більшість економістів-науковців Європи вважала розвиток класичної теорії завершеним працями Д. Рікардо та швейцарця Ж.Ш. Л.С. Сісмонді, а про подальший розвиток класичної економічної думки в наукових роботах К. Маркса мало хто знав. Пояснити такий стан, на нашу думку, можна тим, що «Капітал» К. Маркса був виданий у Нью-Йорку (США) у 1867 році тиражем 1000 екземплярів, та ще й німецькою мовою. Це досить далеко від Європи, яка в той час була центром економічної теоретичної думки, і це вкрай мізерно за тиражем. Хто міг його, «Капітал», читати там, на «дикому заході», адже економічна наука була сконцентрована в Європі. І коли «Капітал» міг потрапити до Європи? А якщо й потрапив, то чи прочитали б його економісти-англійці? Англомовний варіант вийшов у 1887 році вже без участі К. Маркса та після його смерті невеличким тиражем, текст якого більшість економістів вважають вкрай невдалим. Отже, в другій половині XIX сторіччя мало хто знав у Європі про роботу К.Г. Маркса «Капітал».

Тому згадані вище *критичні аргументи* щодо недоліків у розвитку економічної теорії класичного спрямування станом на початок XX сторіччя вважалися нерозв'язаними, і науковці шукали інші способи та шляхи розв'язання економічних проблем, що й стало поштовхом для розвитку неокласичного напряму в політекономії.

Метою статті є донесення до наукової економічної спільноти думки, що настав історично та політично сприятливий час об'єднуючого, взаємодоповнюючого та взаємозбагачуючого науково-теоретичного розвитку класичного та неокласичного економічних теоретичних надбань, спираючись на економічні закони та закономірності, що напрацьовані в цих напрямах.

Виклад основного матеріалу. З початку XX сторіччя і до його 30-х років з'явився *п'ятий критичний аргумент*: як вимірювати витрати праці? Практика показала, що вимірювання звичайними астрономічними годинами не може бути досить коректним економічним показником кількості витрат праці працівником, тобто тривалість роботи у добових годинах не є показником суспільної вартості у класичному розумінні. Застосовувалися й інші вимірювальні розмірності щодо показника суспільної вартості, такі як людино-години, кількість працівників, витрати на оплату праці тощо. Підтвердження виникнення п'ятого критичного аргументу можемо знайти й у А. Маршала [3, с. 208-213, 220-224], і у М. Кейнса, і в багатьох науковців неокласичного напрямку [4].

Джон Мейнард Кейнс у своїй «Загальній теорії зайнятості, процента і грошей» (1936) на початку «Глави 4. Вибір одиниць виміру» писав: «Ми спробуємо внести ясність у деякі заплутані питання...», і далі говорить про одне з таких питань: «По-перше, вибір одиниць виміру, придатних для дослідження економічної системи загалом...». Далі по тексту Кейнс критикує професора Пігу у зв'язку з тим, що «він вводить у завуальованому вигляді зміни у *вартості*... (виділено Кейнсом)». Потім Кейнс написав дуже важливу думку: «Я вважаю, що поняття, яке хотів би сформулювати проф. Пігу, має сенс і є необхідним для економічного аналізу. Але поки не буде прийнята задовільна система його вимірювання, точне визначення цього поняття – завдання нездійсненне» [5, с. 39-42]. Отже, існує показник вартості, що вимірюється кількістю витрат праці, про який і говорить А.С. Пігу, а Дж.М. Кейнс такий показник не відкидає. Що це за показник, про який йде мова у Кейнса з посиланням на Пігу? А цей показник і є показником вартості у розумінні кількості витрат праці, але, на думку Кейнса, оскільки такий показник досі не вимірюється (! – *авт.*) то він не може бути використаний на практиці. І тому Кейнс став шукати та застосовувати у своїх дослідженнях інші показники, що мають грошову вимірність. Тобто Кейнс про показник витрат праці знав, не заперечував його існування та застосування, але у своїх розробленнях не застосовував не тій підставі, що такий показник не мав одиниць вимірювання.

Дослідження за останні десять років дали можливість обґрунтувати та визначити показник вартості, що вимірюється робочим часом, який дає можливість застосовувати його як у класиці, так і в неокласичних теоріях та моделях. Детально з результатами таких досліджень можна ознайомитися в роботах [6; 7; 8; 9; 10; 11]. Як підсумок досліджень щодо показника кількісного вимірювання праці годинами вартості пропонується ознайомитися з матеріалом до Авторського свідоцтва № 69353 [12].

А тепер щодо сутності закону вартості. Наведемо приклад, як працює закон вартості у механізмі формування ціни товарів, що обмінюються. Ціна товарів формується пропорцією, яка бере за базу (як основний чинник формування ціни) робочий час, впродовж якого вони (товари) виробляються. Щоб побачити, до яких можливих змін схильна ця пропорція, візьмемо два товари – *A* та *B*. *Перша ситуація.* Нехай робочий час, необхідний для виробництва *B*, залишається незмінним. У такому разі мінова ціна *A*, що виражає себе кількістю товару *B*, знижується або підвищується прямо пропорційно до зменшення або збільшення робочого часу, необхідного для виробництва *A*. *Друга ситуація.* Нехай робочий час, необхідний для виробництва *A*, залишається незмінним. У цьому разі мінова ціна *A*, що виражає себе кількістю товару *B*, знижується або підвищується зворотно пропорційно зменшенню або збільшенню робочого часу, необхідного для виробництва *B*. *Третя ситуація.* Робочий час, необхідний для виробництва *A* та *B*, зростає або спадає в однаковій пропорції. У цьому разі вираз цінової еквівалентності товару *A* в товарі *B* залишається незмінним. *Четверта ситуація.* Робочий час, необхідний для виробництва *A* та *B*, зростає або спадає для обох товарів, але неоднаковою мірою, чи змінюється в протилежних напрямах. Ця ситуація зводиться до механізму або першої, або другої ситуацій. Це і є приклад механізму дії закону вартості, згідно з яким виробництво та обмін товарів відбуваються на основі їх мінової вартості.

У попередньому прикладі *A* та *B* – товари. Класична теорія доводить, що гроші – це теж товар. Але гроші середини XIX сторіччя мали матеріальний субстрат – золото і вимірювалися ваговою кількістю золота, яку (цю кількість у вазі) вважали пропорційною кількості робо-

чого часу. Якщо брати товари *A* та *B*, з яких товар *A* – будь-який, але безпосередньо товар, а *B* – це гроші у формі золота, то закон вартості у частині формування ціни товарів, що обмінюються, працює так само, як і в попередньому прикладі.

Але з середини XX ст. у світі стали функціонувати гроші без матеріальної субстанції. Раніше це було золото, а зараз вже не існує «матеріалу», що позиціонував би себе ваговою або іншою матеріальною кількістю як кількість мінової вартості або як кількість робочого часу. У сучасній економіці під час обміну на товар *A* гроші *B* є як знаками мінової вартості, так і відображенням ціни товару одномоментно та «одноосібно». За таких умов сучасні гроші *B* не перестали бути товаром, але перестали мати свою власну, іманентну вартість, що вимірюється робочим часом. Гроші стали носієм вартостей всіх товарів, на які їх обмінюють. З одного боку, сучасні гроші як кількісний показник ціни вже не мають своєї власної (іманентної) вартості. Тому їх кількість у вираженні ціни товару вже не підпорядковується лише закону мінової вартості, а змінюється і за іншими чинниками. Саме тому кількість грошових знаків, що виступають кількісно ціною, формується також і попитом і залежить від кількості грошей, яку віддають покупці за товар. З іншого боку, ціна у кількості грошових знаків не відривається від умови пропорційності щодо формування ціни, що регулюється законом вартості. Тобто на використання грошей *B* без «матеріального субстрату» у механізмі формування ціни під час обміну товару *A* на суму грошей *B* впливають одночасно як закон вартості (закон із класичної теорії), так і закон попиту та пропозиції (закон із арсеналу неокласичної теоретичної думки). Такий подвійний вплив двох законів на формування товарної ціни, причому двох законів із різних економічних теорій, класичної та неокласичної, – тема окремого дослідження.

Неокласики з різних причин або не знали, або не вважали науково обґрунтованим чи досить науково доопрацьованим вартісний класичний підхід. Науковці неокласичних напрямів не застосовували вартість у розумінні витрат праці як економічну категорію і як домінуючий економічний фактор, а тому не вбачали за необхідне брати до уваги закон вартості.

Висновки. Показник мінової або соціальної вартості у розумінні витрат праці, що вимірюються кількістю робочого часу, залишається одним із домінуючих та найвпливовіших факторів економічного розвитку не тільки в класичній, а й у багатьох економічних концепціях неокласичних течій. От лише застосовує неокласика показник витрат праці у будь-якому варіанті вимірювання (астрономічні години, людино-години, грошові витрати на робочу силу тощо), але не в його класичному трактуванні – у витратах фізичних і розумових зусиль людини. Пояснення такого стану – дотепер не існувало науково обґрунтованого кількісно-вимірювального показника вартості, що вимірюється робочим часом.

Також сучасні гроші суттєво відрізняються від грошей як середини XIX сторіччя, так і першої половини XX століття. Золото перестало бути грошима. Сучасні гроші не мають матеріальної субстанції і тому не мають своєї власної іманентної вартості. Гроші у формі золота не могли збільшуватися у своїй кількості без збільшення кількості самого природнього матеріалу – золота. Тобто кількість грошей зростала, але їх матеріально-золоте підґрунтя стримувало їх кількісне зростання. До середини XIX століття гроші були золотом або сріблом, а всі інші форми грошей жорстко корелювалися із кількістю золота, обмінювалися (конвертувалися) на золото. З середини XIX сторіччя з'являються гроші без золото-матеріальної субстанції і починають жити своїм окремим «життям»: спочатку, до середини XX сторіччя, функціонують паралельно із золотими грошима, а потім, остаточно із 70-х років XX сторіччя, – окремо від них. З'явилися інші гроші, такі, що можуть збільшувати свою кількість не через прив'язку до певного матеріального субстрату – золота, а певними механізмами їх використання та застосування. Банківська система через механізм кредитування збільшує кількість грошей в обігу (механізм банківського мультиплікатора). Державні (національні) банки емітують грошові знаки або безготівкові гроші для потреб національної економіки. Емісія світових грошей теж має стійкий зростаючий характер, бо має ті самі чинники, що й емісія національних грошей. Ринки облігацій, акцій та їх похідних, ринки валют, золота, платини, нафти та газу є потужними каталізаторами зростання кількості грошей. Отже, у сучасній економіці існує ще один, поряд із вартістю, чинник впливу на економічні процеси – кількість грошей, що бере участь в економічних процесах. Кожний із цих факторів самостійно впливає на економічні процеси. Тобто поряд із законом вартості паралельно працює і закон, що пов'язаний з кількістю грошей, що беруть участь у процесах обміну.

В умовах не золотих, не матеріально зумовлених грошей, а постійно збільшуваної кількості грошей без матеріальної субстанції працюють паралельно, разом, одномоментно у часі і закон вартості, і закони, що відображають кількісно-грошовий складник ринкового обміну, такі як закон попиту та пропозиції. Досить цікавим буде відокремити за впливами та провести дослідження безпосередньо впливу трудової вартості на конкретні показники попиту і пропозиції та впливу безпосередньо кількості грошей на ті самі конкретні показники попиту та пропозиції. Вважаємо, що стає можливим визначати окремо вплив вартісно-трудового складника на стан ринку та окремо вплив кількості грошей на стан того самого ринку; не завадить дослідити і можливість визначення їх комплексного інтегруючого показника, що, можливо, формується під впливом як закону вартості, так і закону попиту та пропозиції. Вважаємо, що показник оцінки грошей щодо кількості праці може стати складником такого інтегрального показника.

Підсумовуючи, зазначимо, що є необхідність об'єднуючого розвитку класичної та неокласичної економічної теоретичної думки, спираючись на закони, що напрацьовані в цих напрямах. Але це є темою подальших наукових досліджень колективу кафедри фінансів і кредиту Сумського державного університету.

Список використаних джерел:

1. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон. – М., НПО «Алгон» ВНИИСИ, 1992. В 2-х т. Т. 2. – 416 с.
2. Маркс К. К критике политической экономии // К. Маркс, Ф. Энгельс Собрание сочичений. – 2-е изд. – М.: Политиздат, 1959. – Т. 13. – 771 с.
3. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М.: Издательская группа «Прогресс». В 3-х т.: Пер. с англ. Т. 1. – 1993. – 416 с.
4. Зайцев О.В. Використання в економіці і фінансах показників, що вимірюються витратами праці / О.В. Зайцев // Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечнікова. Серія Економіка. – 2017. – Т. 22. Вип. 2(55). – С. 37-42.
5. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 352 с.

6. Зайцев А.В. Развитие принципов экономической науки // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2010. – № 1, Том 2. – С. 5-21.
7. Зайцев А.В. Закон убывающей отдачи с позиций трудозатратной стоимости [Электронный ресурс] / А.В. Зайцев // Ефективна економіка. – 2013. – № 1. – Режим доступу до журналу: http://www.economy.nayka.com.ua
8. Zaitsev O. Objective value of commodities, its definition and measurement [Text] / O. Zaitsev // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. – 2016. – Voiume 4, № 6. – P. 184-186.
9. Зайцев А.В. Закон убывающей отдачи в аграрном производстве / А.В. Зайцев // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 12-1. – С. 9-14.
10. Zaitsev O.V. Monetary Inflation and its Connection with Rising Prices / O.V. Zaitsev // Journal of Advanced Research in Law and Economics. – 2016. – Vol. 7. – № 3. – С. 698-707.
11. Зайцев О.В. Вимірювання цінності грошей / О.В. Зайцев // Вісник Української академії банківської справи. – 2015. – № 2(39). – С. 46-52.
12. Україна. Показник виміру вартості кількістю витрат праці / О.В. Зайцев (Україна). – № 69892; зареєстровано 22.12.2016 в Державному реєстрі свідоцтв про реєстрацію авторського права.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности развития классической экономической теории и неоклассических направлений. Обращается внимание, что общим является понимание наличия законов в экономических процессах. Утверждается мысль, что в экономических процессах закон стоимости работает параллельно вместе с законами неоклассической экономической теории.

Ключевые слова: классическая экономическая теория, неоклассические экономические теории, закон стоимости, закон спроса и предложения, взаимодействие законов.

Summary. In this work the features of the development of classical economic theory and neoclassical directions are considered. Attention is drawn to the general understanding of the existence of laws in economic processes. The idea is asserted that in economic processes the law of value works in parallel, together with the laws of neoclassical economic theory.

Key words: classical economic theory, neoclassical economics, law of value, law of supply and demand, interaction of laws.

УДК 333.41:63

Залунина О. М.
кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента
Кременчугского национального университета
имени Михаила Остроградского

Zalunina O. M.
Cand. Sci (Tech.) Assoc. Prof.
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ НАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА СТРАНЫ

DEVELOPMENTOFACONCEPTUALFRAMEWORKOFCONSTRUCTIONINDUSTRY OF THE NATIONAL ECONOMY OF THE COUNTRY

Аннотация. В статье исследован термин «строительная отрасль». Рассмотрено, насколько полно существующие понятия отражают суть и содержание определения «строительная отрасль» в современных условиях. Отражены системные характеристики, позволяющие классифицировать подходы к толкованию понятия «строительная отрасль» с позициий юридического аспекта, функционирования строительных предприятий, строительного комплекса, инвестиционной политики и обобщенного представления.

Ключевые слова: строительная отрасль, управление, предприятие, национальное хозяйство, стабильное функционирование, антикризисные решения.

Постановка проблемы. Строительная отрасль занимает лидирующее положение в структуре национального хозяйства страны и в развитии территории. На современном этапе строительная отрасль является сложной системой, включающей множество подсистем, связанных между собой и оказывающих взаимное влияние на составные элементы. Именно поэтому сложной является задача обоснования теоретико-концептуальных основ управления строительной отраслью в контексте ускорения структурных изменений наци-

онального хозяйства, которое целесообразно начать с развития понятийного аппарата.

Анализ последних исследований и публикаций. На основе многолетней практики учеными А.Г. Загородним, Г.Л. Вознюком сформулировано понятие строительства [1; 2], которое представлено в энциклопедическом словаре отечественных ученых-экономистов [3, т. 1, с. 118].

Такими авторами, как В.И. Анин [4], П.М. Куликов [5], В.Г. Левит [6], В.Г. Федоренко [7], А.И. Закревский [8], В.И. Торкатюк, О.В. Димченко, Г.В. Стадник [9], Н.Б. Палига [10], А.И. Сухоруков, Т.М. Крупельницкая [10], В.В. Биба [11], А.О. Касич [12-14] и др., обоснованы направления развития строительной отрасли по решению вопросов, связанных с экономическими аспектами разработок строительных конструкций; повышением конкурсных требований к отечественному производителю; разработкой новейших технологий ремонта и восстановления строительных сетей; производством новейших материалов и конструкций для ремонтно-восстановительных работ отечественного производства и т. д. Теоретические и практические вопросы развития строительной отрасли привлекают внимание широкого круга ученых. Необходимость комплексного подхода подтверждается опытом, накопленным наукой и практикой. Ведущими учеными были исследованы и применены несколько научно-методических подходов к рассмотрению строительной отрасли.

Несмотря на значительный вклад в развитие научной мысли в строительстве, большинство авторов рассматривают строительную отрасль, не уделяя достаточного внимания современной терминологии, развитие которой происходит в связи с эволюцией теории экономики, усовершенствованием рыночных отношений, формированием новых тенденций в развитии экономики. В современной научно-методической литературе исследователи трактуют понятие строительной отрасли в зависимости от объекта и предмета исследования. При этом возникает необходимость уточнения понятийного аппарата в сфере экономической деятельности, которая учитывает различные свойства и характеристики, что отмечено в работе [15, с. 33-36] А.О. Касич.

Целью статьи является систематизация и развитие понятийного аппарата строительной отрасли для определения стратегических ориентиров развития строительства.

Изложение основного материала. Согласно национальному классификатору Украины [16] строительство относится к виду экономической деятельности, которая включает в себя комплекс организационных, изыскательских, проектных, строительно-монтажных и пусконаладочных работ. Это деятельность по возведению различных зданий и сооружений, а также их ремонту, реконструкции и реставрации.

По мнению авторов [1; 2], «будівництво – 1) процес спорудження будівель; 2) галузь матеріального виробництва, сутність якої – створення нових підприємств, розширення, реконструкція і технічне переобладнання підприємств та інших об'єктів виробничої сфери, а також об'єктів невиробничої сфери» [3, т. 1, с. 118].

Анализ литературных источников позволил классифицировать подходы к толкованию понятия «строительная отрасль» с позиции юридического аспекта; с позиции функционирования строительных предприятий; с позиции строительного комплекса; с позиции инвестиционной политики; с позиции обобщенного аспекта.

Обоснование терминов с юридической точки зрения проводят И.М. Миронец [17], Г.М. Гриценко [18], О.О. Стукаленко [19], В.А. Циленко [20].

Ученые исследуют суть дефиниций «строительство» и «капитальное строительство». Авторами сформулированы предложения, заключающиеся в том, что «поняття капітального будівництва, на відміну від будівництва, здебільшого використовується як економічна категорія, а у правовому полі – з позиції урегулювання договірних відносин (Цивільний кодекс, Господарський кодекс). Порівнюючи його з відповідною галуззю будівництва, варто зазначити, що воно набуло більшого поширення як у спеціальній літературі, так і в нормативно-правових актах. У зв'язку з цим надалі доцільно оперувати категорією «будівельна галузь» та її нормативно-правовою базою, що зосереджена в межах будівельного права» [19, с. 105].

Следует отметить, что для развития понятийного аппарата категории «строительная отрасль» значимыми являются работы ученых, которые исследуют функционирование структурных элементов, то есть строительных предприятий. Вопросы развития строительной отрасли в рамках функционирования строительных предприятий анализируют С.И. Процик [21], Н.И. Верхоглядова [22], П.С. Рогожин, А.Ф. Гойко [23], О.С. Иванилов [24], С.Ф. Низимов [25], Т.С. Марчук [26], О.Л. Литвиненко [27]. Авторские научные разработки объединены основными задачами, которые должна решать система управленческого учета. Предложены подходы к организации системы управленческого контроля с учетом отраслевых особенностей строительных предприятий. Однако предлагаемые подходы учитывают в качестве доминанты приоритеты развития только предприятия, при этом слабо выражены взаимосвязи с внешней средой. Строительное предприятие рассматривает более узкий круг задач, чем отрасль, и акцент смещен на управление ресурсами предприятия.

Понятие «строительный комплекс», появившееся в начале 1980-х гг., было введено для обозначения группы отраслей сферы материального производства и их предприятий, участвующих в создании строительной продукции. Но уже в середине 1980-х гг. понятие «строительный комплекс» стало приобретать более практическое содержание, заключающееся в управлении взаимосвязанными группами отраслей.

Развитие строительной отрасли требует инвестиций в основной капитал, в том числе затрат на новое строительство, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектные работы.

Можно согласиться с мнением, выраженным А.Н. Асаулом [30], что в современных условиях как объект государственного управления понятие «строительный комплекс» не только не отражает сущность реальных экономических отношений, но и приобретает вид экономической абстракции.

Поэтому для управления сложными взаимосвязями в строительной отрасли целесообразно формирование кластеров по новым параметрам и признакам, которые формируют признаковое пространство.

Признаковое пространство – это набор характеристик, которые описывают изучаемый объект. Признаковое пространство – это область варьирования всех признаков совокупности изучаемых явлений [31].

Рассматривая строительную отрасль, логично предположить, что признаковое пространство строительной отрасли представляет собой совокупность методов и средств анализа, информационного поля, оценки, прогнозирования, планирования и управления элементами внешней и внутренней среды с целью развития. Исходная выборка является избыточно большой. Признаковое пространство строительной отрасли – это целостная система.

Необходимо отметить, что каждый элемент строительной отрасли описывается набором характеристик, которые можно назвать признаками.

Такое многообразие подходов к толкованию строительной отрасли объясняется тем, что строительная отрасль непосредственно участвует в развитии территории через сооружение зданий, инфраструктуры, дорог и т. д. При этом осуществляются производственные процессы, экономические взаимоотношения хозяйствующих субъектов на основе законодательной базы. Строительная отрасль характеризуется деятельностью, связанной с производственным процессом, технологической взаимосвязью всех операций, входящих в строительный процесс, управлением последовательностью выполняемых строительных этапов. Соответственно можно выделить несколько аспектов рассмотрения термина, характеризующих строительную отрасль.

Во-первых, содержательный аспект. Содержательный аспект термина должен отображать экономические и технические стороны во взаимосвязи. С позиции объекта исследования, (то есть процесса функционирования строительной отрасли) каждый этап деятельности реализации строительного проекта (подготовка, проектирование, производство, строительство и т. д.) характеризуется набором признаков, которые описывают этот этап функционирования строительной отрасли.

Во-вторых, технологический аспект. Технологический аспект должен отображать последовательность выполняемых этапов в строительстве, последовательность производственных операций и процессов.

В-третьих, управленческий аспект. Управленческий аспект должен отображать организацию, мотивацию, планирование и контроль развития строительной отрасли. Это является базисом проектирования, составления управленческих карт и т. д. применительно к управлению.

В-четвертых, динамический аспект. Динамический аспект должен отображать улучшение результатов во времени. Важными условиями развития строительной деятельности является динамичность и гибкость реализуемых программ. Достижение заданных характеристик производственно-хозяйственной деятельности может быть достигнуто лишь специально смоделированными средствами.

В-пятых, методологический аспект. Методологический аспект должен отображать направление развития строительной отрасли посредством методологии, объединяющей средства и инструментарий исследования вопросов проектирования, формирования и совершенствования комплексного анализа.

В-шестых, организационный аспект. Организационный аспект деятельности строительной отрасли должен отображать структурные компоненты, которые формируют ключевые позиции для развития.

В-седьмых, системный аспект. Системный аспект должен отображать сложно организованное целое, поскольку элементы системы не могут быть сведены к суме составляющих их частей. Строительная система должна обладать признаками комплексности и в тоже время иметь организационную и экономическую обособленность.

В-восьмых, информационный аспект. Информационный аспект должен отражать математизацию и моделирование путем формализации данных. Это касается отдельно экономических, управленческих и производственных процессов, поскольку одни связаны с преобразованием вещества природы, другие – с преобразованием информации.

В-девятых, процедурный аспект. Процедурный аспект отображает обязательные действия при исследовании микроуровня, то есть внутри предприятия или структурного элемента строительной отрасли. Основными ключевыми составляющими являются цели, функции, принципы.

На основе этого предположения можно сформировать модульную признаковую базу категориального аппарата, в которой сгруппированы основные характеристики строительной отрасли по выделенным аспектам (табл. 1).

Таблица 1

Модульная база признакового пространства категориального аппарата строительной отрасли

Признаковый модуль	аспект	характеристика	свойство
отраслевой	содержательный	Характеризуется подготовкой, проектированием, производством и строительством	Предметная область исследования
	методологический	Характеризуется методологией, объединяющей средства и инструментарий проектирования, формирования и совершенствования комплексного анализа	Масштаб и ресурсное единство
	процедурный	Характеризуется целями, функциями, принципами	Направление вектора деятельности
промышленный	технологический	Характеризуется определенной последовательностью и взаимосвязью строительных этапов	Схематизация последовательности этапов
	системный	Характеризуется сформированной структурой, обладающаей свойствами единого целого	Множественность элементов
	динамический	Характеризуется измененимем во времени	Модальность, существующая возможность преобразования ресурсов
Координационный	управленческий	Характеризуется функциями организации, мотивации, планирования и контроля	Результирующие показатели, которые являются качественными и количественными
	организационный	Характеризуется структурными компонентами, которые формируют ключевые позиции для развития	Иерархическая структура
	информационный	Характеризуется математизацией и моделированием путем формализации данных	Результативность

Источник: составлено автором

Выводы. Строительство характеризуется широким спектром характеристик и признаков, которые изменяются во времени. При этом:

1. Система учитываемых характеристик и признаков не может быть в полной мере использована для дифференциации в рамках Украины, поскольку ряд параметров, формирующих условия развития строительной отрасли, носят гипотетический характер и не содержат специфического набора числовых и категориальных данных.

2. В существующих подходах к толкованию строительной отрасли не отражены основные характеристики производственно-строительной системы, по которым оценивается целесообразность строительной деятельности, то есть отсутствует такая характеристика, как репрезентабельность.

3. Критичность к варьируемым параметрам отсутствует, хотя строительной отрасли как системе необходимо соответствующим образом реагировать на изменение каждого элемента.

4. Отсутствует сравнимость результатов комплексной оценки.

По результатам ранее проведенных исследований [30-38] автора, категориальный понятийный аппатрат строительства необходимо дополнить по каждому аспекту с целью уточнения термина «строительная отрасль». Это позволит рссматривать строительную отрасль с позиции стратегического развития.

Список использованных источников:

1. Загородній А.Г. «Джерела інформації економічного аналізу в будівництві». – К.: ІСДО, 1994. – 72 с.
2. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. «Словник-довідник з підприємництва та економіки будівництва». – Львів: Вид-во Держ. ун-ту «Львівська політехніка», 1994. – 296 с.
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / Редкол. С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000 – 864 с.
4. Анін В.І. Розрахунки ризиків інвестиційних проектів в будівництві [Текст] / В.І. Анін // Формування ринкових відносин в Україні. – 2003. – № 6. – С. 18.
5. Лагутін Г.В., Куліков П.М., Тормосов Р.Ю., Поколенко В.О., Шпаков А.В., Приходько Д.О., Чуприна Ю.А. Операційний менеджмент у будівництві. – К.: КНУБА, 2010. – 364 с.
6. Левіт Л.Г. Порівняльна ефективність інвестицій у житлове будівництво за формами власності [Текст] / Л.Г. Левіт // Коммунальное хазяйство городов. науч. – техн. сб. – К.: Техніка, 2003, – Випуск 48. – С. 67-71.
7. Федоренко В.Г. Концепція стратегії розвитку будівельного комплексу України на період до 2015 року // Економіка та держава. – 2007. – № 1. – С. 3.
8. Закревський А.І. Трансформація маркетингової орієнтації будівельної промисловості України під час економічної кризи [Текст] / А.І. Закревський // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 4. – С. 62-65.
9. Обґрунтування концептуального підходу до управління розвитком житлово-комунального комплексу / О.В. Димченко, В.І. Торкатюк, Л.М. Шутенко, Г.В. Стадник // Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі: матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 26-28 травня 2015 р. / Харків. обл. держ. адмін., Азербайдж. архіт.-будів. ун-т (м. Баку), Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова та ін. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – С. 17-20.
10. Сухоруков А. Щодо напрямів антикризової політики у будівельному секторі України. Аналітична записка / А. Сухоруков, Т. Крупельницька / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/367/.
11. Биба В.В. Стан та перспективи розвитку будівельної галузі України / В.В. Биба, В.С. Гаташ // Збірник наукових праць (галузеве машинобудування, будівництво). Вип. 4(39). Т. 2 – 2013. – ПолтНТУ, с. 3-9.
12. Касич А.О. Зміст та завдання державної інноваційно-інвестиційної політики України / Касич А.О. // Схід. – 2005. – № 6(72). – С. 3-9.
13. Касич А.О. Модернізаційні процеси в Україні в контексті світового досвіду / А.О. Касич // Економіка України. – 2017. – № 9. – С. 38-58.
14. Касич А.О. Вибір методу оцінки вартості будівельного підприємства / Касич А.О., Романенко О.В. // Економічний простір: збір. наук. праць. Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – № 64. – С. 221-228.
15. Касич А. Понятійний апарат терміну «готова продукція» як об'єкта бухгалтерського обліку / А. Касич, В. Шара // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченко. Економіка, 2016. – № 11(188). – С. 33-36. Doi.org/10.17721/1728 – 2667.2016/188 – 11/6.
16. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. Із змінами і доповненнями, внесеними наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29 листопада 2010 року № 530. (Чинний від 01.01.2012 р.).
17. Миронець І.М. Поняття будівництва і капітального будівництва / І.М. Миронець // Вісник господарського судочинства. – № 3. – 2009. – С. 167-171.
18. Український тлумачний словник будівельних термінів [перше видання] / гол. ред. О.М. Лівінський. – К.: Українська академія наук, 2006. – 528 с.
19. Гриценко Г.М. Господарсько-правове регулювання організації і здійснення капітального будівництва в Україні: монографія / Г.М. Гриценко. – Донецьк: Юго-Восток, 2012. – 210 с.
20. Стукаленко О.О. Теоретичні аспекти визначення дефініцій «будівництво» та «капітальне будівництво» / О.О. Стукаленко // Адміністративне право. Київ, 2016. – С. 103-106.
21. Циленко В.А. Строительная деятельность как объект хозяйственно-правовой политики государства (введение в проблематику) / Циленко В.А. // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого» № 4(15) 2013. – С. 263-270.
22. Процик С.І., Загородній А.Г. «Економічний аналіз виробничо-господарської діяльності будівельно-монтажних організацій». – К.: ІСДО, 1995. – 256 с.

23. Верхоглядова Н.І. Методика оцінки конкурентостійкості будівельних підприємств / Н.І. Верхоглядова, І.В. Радамовська // Вісник ОНУ ім. Мечникова. – Одеса, 2014. – Т. 19. – Вип. 3/2. – С. 31-35.
24. Рогожин П.С. Економіка будівельних організацій / П.С. Рогожин, А.Ф. Гойко. – К.: Видавничий дім «Скарби», 2001. – 448 с.
25. Іванілов О.С. Оцінка потенціалу будівельних підприємств графоаналітичним методом / О.С. Іванілов, В.В. Смачило, А.А. Неупокоєва – Науковий вісник будівництва. – 2014. – С. 189-192.
26. Низомов С.Ф. Влияние отраслевой специфики строительных предприятий на организацию управленческого учета / С.Ф. Низомов // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 1. – С. 307-313.
27. Марчук Т.С. Системний підхід до визначення конкурентноздатності будівельної організації / Т.С. Марчук // Формування ринкових відносин в Україні: Наук. зб. – Вип. 4. – К.: НДЕІ, 2009. – С. 130-133.
28. Литвиненко О.Л. Фінансування будівельних компаній в умовах кризи / Литвиненко О.Л. // Фінансовий простір, № 1(13), – 2014. – С. 101-103.
29. Асаул А.Н. Формирование системы управления строительным комплексом в современных условиях. Международная конференция «Региональные и отраслевые проблемы инвестиционной политики», Международная академия инвестиций и экономики строительства. Суздаль, 2002 – 19-22 февраля. – Доклад.
30. Горелик А.Л. Об одном подходе к выбору пространства признаков, используемого при построении системы распознавания объектов и явлений / А.Л. Горелик // Журнал «Кибернетика». – 1972. – № 4 – 85с.
31. Залунина О.М. Построение агрегатов признаков строительного комплекса территории для концептуальной схемы группировки / О.М. Залунина // Восточно – Европейский журнал передовых технологий. – 2014. – 4/3(70). – С. 29-33.
32. Залунина О.М. Построение концептуальной схемы группировки областей Украины по макроэкономическим параметрам в строительном секторе // Науковий журнал Проблемы экономики. – 2014. – № 4. – С. 91-96.
33. Залунина О.М. Определение взаимосвязей отраслей, связанных с региональным строительством / О.М. Залунина // Журнал технологічний аудит і резерви виробництва. – 2015. – № 1/7(21). – С. 8-12.
34. Залунина О.М. Экономическое измерение управленческих решений в строительном секторе / О.М. Залунина // Scientific Journal «ScienceRise», 2015 – Volume 9/1(14) – September, – P. 42-46.
35. Залунина О.М. Формирование оптимального масштаба выпуска строительных материалов / О.М. Залунина // Журнал технологічний аудит і резерви виробництва. – 2016. – № 1/3(27). – С. 45-49.
36. Zalunina O. Construction of complex index for evaluation of investment attractiveness of building projects / O.Zalunina // Scientific Journal «ScienceRise», 2016 – Volume 5/1(22) – January, – P. 41-45.
37. Zalunina O. Formation of condition severity index of the industrial-building systems / O.Zalunina // «Technology audit and production reserves», 2016 – № 2/5(28). – С. 38-42.
38. Залунина О.М. Формування багаторівневої системи показників виміру добробуту населення / Дружиніна В.В., Алексєєва Н.Ф., Залуніна О.М. // Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки». – 2017. – № 4(190). – С. 100-112.
39. Залунина О.М. Приоритеты информационного поля, используемые в управлении предприятием / О.М. Залунина.// Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство», 2016 – № 6. – С. 132-135.

Анотація. У статті досліджено термін «будівельна галузь». Розглянуто, наскільки повно існуючі поняття відображають суть і зміст визначення «будівельна галузь» у сучасних умовах. Відображено системні характеристики, що дають змогу класифікувати підходи до тлумачення поняття «будівельна галузь» із позицій юридичного аспекту, функціонування будівельних підприємств; будівельного комплексу, інвестиційної політики та узагальненого уявлення.

Ключові слова: будівельна галузь, управління, підприємство, національне господарство, стабільне функціонування, антикризові рішення.

Summary. The term «building industry» is studied in the article. It is considered how fully the existing concepts reflect the essence and content of the definition definition of the «construction industry» in modern conditions. The system characteristics allowing to classify approaches to interpretation of the concept «building branch» from positions: the legal aspect are reflected; functioning of construction companies; building complex; investment policy and generalized presentation.

Key words: construction industry, management, enterprise, national economy, stable functioning, anti-crisis solutions.

УДК 30.339.9.658.8.67.05

Зосімова А. В.
аспірант кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу
Харківського національного університету
імені Семена Кузнеця

Zosimova A. V.
Postgraduate student,
Department of International Business and Economic Analysis
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

ВИЯВЛЕННЯ РИЗИКІВ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

IDENTIFICATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY RISKS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Анотація. У статті розкрито сутність та історичні передумови поняття ризику. Досліджено підходи до виявлення ризику у зовнішньоекономічній діяльності підприємства та класифікації ризиків, що були розроблені різними національними і закордонними авторами. Проаналізовані ризики машинобудівних підприємств Харківського регіону, що супроводжують зовнішньоекономічну діяльність.

Ключові слова: ризик, зовнішньоекономічна діяльність, машинобудівні підприємства, класифікація, підхід, концепція, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Зовнішньоекономічна діяльність машинобудівних підприємств пов'язана з факторами ризику, які необхідно ідентифікувати, аналізувати та на основі цього аналізу обґрунтувати чи скоригувати стратегію підприємства. Безпека зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства прямо залежить від уміння керівників виокремлювати ризики, що супроводжують підприємство у процесі здійснення зовнішньоекономічної та господарської діяльності. Це зумовлено тим, що управління ЗЕД машинобудівного підприємства пов'язане із прийняттям рішення в умовах недостатності інформації. Другою передумовою безпечного здійснення зовнішньоекономічної діяльності є вміння працювати з цими ризиками, їх ідентифікувати, оцінювати ступінь їх впливу на діяльність та конкурентоспроможність, аналізувати та прогнозувати подальший розвиток підприємства під впливом цих факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поява теорії ризиків пов'язана з азартними іграми, коли були зроблені спроби математичного обґрунтування певних комбінацій карт та вірогідності виграшу. В економічній теорії немає єдиної думки про те, хто з авторів першим застосував поняття ризику в економічній науці, але, на нашу думку, найбільш вдало це було зроблено Ф. Найтом, який у своїй роботі «Ризик, невизначеність та прибуток» виокремив ризики, які можна застрахувати, та які не підлягають страхуванню. Останні він пов'язав зі швидкими економічними змінами. Подальші дослідження теорії ризику в економіці здійснили Адам Сміт, Джон Кейнс, Джон Стюарт Мілль, Джон Моріс Кларк, Карл Маркс, Йоган фон Тюнен, Йозеф Шумпетер, Альфред Маршалл та Артур Пігу, Френк Найт, Джон фон Нейман та Оскар Моргенштерн та інші.

Метою статті є виявлення та опис основних ризиків машинобудівного підприємства під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності, а також підбір аналітичного інструментарію для аналізу та оцінки їх впливу на безпеку здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Виклад основного матеріалу. Перші дослідження Ф. Найта пов'язували поняття ризику з невизначеністю, можливістю, вірогідністю настання негативної події. Із плином часу теорія ризиків набула розвитку і знайшла своє відображення у різних сферах економічної науки. В.А. Акімов, С.П. Воронов, Н.Н. Радаєв [4] вказують на такі аспекти ризику, як загроза та небезпека; можливість; невизначеність. Бачення ризику як загрози розглядали такі вчені, як Р. Кантільйон [2], Ф.Х. Найт [3], Г.К. Гінс [4]. Ризик як можливість розглядалася такими авторами, як А. Сміт [6], П. Хейне [7], Й. Шумпетер [8]. Ризик як невизначеність розглядалася такими авторами, як А.Х. Уіллетт [10], Й. Пфеффер [9].

У межах теорії зовнішньої торгівлі почала розвиватися також теорія ризиків зовнішньоекономічної діяльності. Вона набула ще більшої актуальності сьогодні, тому що підсилися процеси глобалізації, спеціалізації та кооперації, підсилилася і конкуренція підприємств, компаній-товаровиробників. Кожен із них прагне зайняти найбільш вигідну позицію на міжнародному ринку та забезпечити відносно стабільний прибуток та розвиток. Але це можливо лише за умови, що підприємство витримає конкуренцію. Для безпеки підприємства під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності моніторинг ризиків, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю, є важливою умовою конкурентоздатності на міжнародному ринку.

У статті розглянемо подолання загроз, пов'язаних із різними аспектами діяльності підприємства, та зовнішні фактори, впливати на які підприємство не має можливості. У межах теорії ризиків буде проведено подальше дослідження. Також розглянемо, які саме заходи та дії потрібно здійснювати підприємству для успішної зовнішньоекономічної діяльності.

У дисертації О.С. Мантур-Чубатої [21] ризик розглядається водночас із об'єктивної та суб'єктивної позиції як такий, що виникає у момент необхідності прийняти рішення на основі альтернатив. Тобто, з одного боку, це – об'єктивна наявність ризиків, з іншого – суб'єктивність

прийняття рішення на основі розрахунку альтернатив щодо кожного з видів ризиків.

В академічному тлумачному словнику ризик – це усвідомлена можливість небезпеки; можливість збитків або невдачі у якійсь справі.

У зовнішньоекономічній діяльності, як вже було вище зазначено, ризики пов'язували з невизначеністю, можливістю, вірогідністю настання негативної події. Тому ризик у зовнішньоекономічній діяльності машинобудівного підприємства, на думку автора, є економічною категорією, яка характеризує невизначеність, можливість та вірогідність настання негативної події у процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Відповідно до економічних досліджень [16] ризик виконує такі функції, як інноваційна – пошук вирішення загрозливої ситуації з використанням новітніх методів (використання інновацій для усунення ризику); регулююча – спонукає підприємство до прийняття рішень та розвитку, не дозволяє підприємству перебувати у стані стагнації (що неможливо, якщо підприємство має конкурувати на ринку); захисна – спрямована на завчасне реагування та проактивне управління ризиками; аналітична – аналіз шляхів подолання ризику та вибір найменш загрозливого.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності пов'язано з видами ризиків, які виокремлюються за різними класифікаційними ознаками. У таблиці 1 наведено ризики та групи ризиків, які виокремлювали вітчизняні та закордонні автори.

Наприклад, професор Сідней Около [11] поділяє їх на стратегічний, операційний, політичний, пов'язаний із країною, технологічний ризик, екологічний, економічний, девальвації та інфляції, складність репатріації прибутку

Таблиця 1

Ризики у зовнішньоекономічній діяльності

№ п/п	Автори	Назва груп ризиків
1.	Сідней Около [13]	Стратегічний, операційний, політичний, технологічний, екологічний, економічний, фінансовий, ризик тероризму.
2.	Кавусгіл С.Т., Найт Г. та Рейзенберг Дж. Р. [14]	Комерційний, фінансовий, ризик країни, крос-культурний.
3.	Рум'янцев А.П. [15]	Ризики, пов'язані з вибором країни, з вибором партнера, з укладанням міжнародних господарських контрактів, із митним регулюванням, маркетингові, транспортні комерційні.
4.	Стрельбіцька Н.Є. [16]	Ризик країни, митний ризик, валютний ризик, ризики міжнародного маркетингу, ризики міжнародних перевезень (транспортний ризик), ризик міжнародного контракту, пов'язанні з іноземним контраґентом, ризики міжнародного конкурентного середовища.
5.	Петросян Н.Е. [17]	Митні, комерційні, маркетингові (інформаційний, галузевий, інноваційний), надійність партнера, політичні, макроекономічні (внутрішня економіка країни, економіка країни-партнера, заборгованість). Виокремлює у структуру п'ять основних груп ризиків ЗЕД(пов'язані з умовами контракту, щодо територіального положення, щодо етапу угоди, щодо можливості впливу на ризик, щодо процесу підписання угоди).
6.	Свідерська А. [18]	Щодо договірного процесу ризики ЗЕД можна поділити на три групи: ризики, пов'язані з умовами контракту; ризики контрагента; ризики, пов'язані з виконанням контракту підприємством.
7.	Ларіонова Н.А. [19]	Внутрішні ризики: підприємницькі (нестійкість попиту та цін на продукцію та сировинні ресурси; високий рівень постійних витрат; неможливість забезпечити нормальну масу, норму та динаміку прибутку; високий рівень конкуренції), фінансовий (нестійкість фінансових умов кредитування, високі відсоткові ставки за кредитами, дивідендна політика підприємства).
8.	Волкодавова Є.В., Ханбікова Л.В. [20]	Щодо процесу підписання контракту: пов'язані з умовами договору (пов'язані з товаром, його якістю, пакуванням та ціною; умови постачання; вибір валютно-фінансових умов контракту; форс-мажорних обставин; розірвання контракту та відповідальність за невиконання умов; арбітраж), зовнішні щодо договору (політичні; макроекономічні; надійності партнера; юридичні; кримінальні; маркетингові; інформаційні; галузеві; інноваційні; транспортні). Зовнішньоекономічних операцій: за характером обліку (зовнішні та внутрішні (технічні; виробничі; ризики страйків, бойкотів, крадіжок; ресурсні; організаційні)); щодо етапу угоди (у процесі митного оформлення; у процесі сертифікації продукції; інвестиційні; виробничі; комерційні; транспортні); за джерелом виникнення (суб'єктивний та об'єктивний); за можливістю впливу на ризик (ті, якими фірма може керувати, ті, що опосередковано керуються, взагалі неможливо ними керувати); за територіальним положенням (за кордоном, на кордоні, на внутрішньому ринку).
9.	Савлук Н. [17]	Ризик країни (політичні та економічні події), валютний ризик (зміна курсу валют або купівельної здатності валюти), контрагента (вірогідність невиконання умов контракту, невиплати коштів за поставлений товар), ризик банків (через недостатню надійність банків).
10.	Ernst&Young та Oxford Analytica	Основні стратегічні ризики міжнародного бізнесу: макрозагрози (зміна клімату, енергозбереження, проблеми з постачанням та споживанням, невизначена енергетична політика), загрози, пов'язані з операційною діяльністю (нестача людського капіталу, погіршення фіскальних умов, управління втратами), галузеві загрози (конкуренція за резерви, політичний тиск під час отримання доступу до резервів).
11.	Консалтингова компанія Deloitte	Лібералізація, глобалізація, постачання енергоресурсів, геополітика, економічні умови, екологія, інформаційні та комунікаційні технології, енергетичні технології, тероризм та організована злочинність, попит споживачів.
12.	Global Insight (IHS Markit (INFO)	Політичної нестабільності та насилля, неефективності державного управління, недієвості управління, недотримання норм права, корупції.

та капіталу, ризик тероризму. Така класифікація ризиків дуже вдало враховує екологічний аспект, бо екологічне виробництво стало важливим складником будь-якого бізнесу. Але ця система показників не враховує безпосередньої надійності партнера та відповідальності за недотримання вимог договорів.

Учені С.Т. Кавусгіл, Г. Найт та Дж.Р. Рейзенберг [12] давали таку класифікацію ризиків у зовнішньоекономічній діяльності: комерційні ризики, фінансові ризики, ризики пов'язані з країною, крос-культурні ризики. Ця класифікація враховує такий показник, як інтенсивність конкуренції, що є важливою ознакою цільового ринку. Але, незважаючи на це, тут не враховано геополітичні чинники та міжнародні відносини загалом, що можуть стати серйозною перешкодою для машинобудівного підприємства.

А.П. Рум'янцев [15] у своїй класифікації ризиків наголошує на тому, що до складу ризиків, які підприємство має враховувати у своїй діяльності, входять політичні, макроекономічні, відповідальність та надійність партнера, маркетингові ризики (галузеві, інформаційні, інноваційний), транспортні, ризики, пов'язані з міжнародними контрактами, комерційні (остання група ризиків характеризується вчасним проходженням сертифікації), ризики, пов'язані з проходженням митниці та зі складанням документації, митного законодавства, вибором видів транспорту для найбільш економного перевезення товарів. Така класифікація є досить функціональною та враховує більшість позитивних та негативних впливів зовнішньоекономічної діяльності, але не враховує часовий аспект.

У своїх дослідженнях ризиків ЗЕД аудиторсько-консалтингова фірма Ernst&Young і глобальна аналітична та консультативна компанія Oxford Analytica використовують поділ ризиків на стратегічні та операційні. До групи стратегічних ризиків вони віднесли ті, що пов'язані зі зміною клімату, енергозбереженням, із проблемами постачання та споживання, з невизначеністю енергетичної політики. Друга група операційних ризиків охоплює нестачу людського капіталу, погіршення фіскальних умов, управління втратами. Ця система ризиків є актуальною, автори намагалися розкрити всі види ризиків, що супроводжують підприємства під час ЗЕД. Але, на думку автора, у ній не враховано політики країн-партнерів, бо через ці ризики зовнішньоекономічні діяльність між ними може бути частково припинена чи обмежена.

Консалтингова компанія Deloitte у своїх дослідженнях виокремила ризики лібералізації, глобалізації, постачання енергоресурсів, геополітики, економічних умов, екології, інформаційних та комунікаційних технологій, енергетичних технологій, тероризму та організованої злочинності, попиту споживачів. Ця класифікація ризиків є практично зумовленою та акумулює у собі найбільш поширені види ризиків. Але водночас вона не враховує валютних ризиків, які обов'язково супроводжують підприємство під час здійснення ЗЕД, а також соціальних ризиків, які є досить актуальними за умов соціальної напруги та великої кількості інформаційних війн.

Інформаційно-аналітична та експертна компанія Global Insight (IHS Markit (INFO) розробила класифікацію ризиків ЗЕД, яка включає п'ять класифікаційних груп ризиків (політичної нестабільності та насилля, неефективності державного управління, недієвості управління, недотримання норм права, корупції). Таким чином, система ризиків, що розроблена Global Insight, є дещо спрямованою на подолання зовнішніх ризиків, при цьому ризиків, що виходять зі діяльності підприємства, досить мало. Не враховані ризики соціального характеру та фінансово-економічного стану підприємства.

Виходячи з розглянутих класифікацій ризиків, можна дійти висновку, що для підприємств машинобудування Харківської області потрібно розробити класифікацію,

Таблиця 2

Основні ризики зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств

Група ризиків	Назва ризиків
Економічні	Високий рівень постійних витрат Неможливість забезпечити нормальну масу, норму та динаміку прибутку Дивідендна політика підприємства Операційний Комерційний Стратегічний Експортно-імпортні
Контрагентів	Розрив контракту та відповідальність за недотримання умов Надійність партнера Пов'язані з умовами контракту Ризики контрагента Виробничо-збутової та науково-технічної кооперації Виконання контракту підприємством Умови поставки Валютно-фінансові умови контракту
Країни	Кримінальні Соціальні та природні непередбачувані Митні Крос-культурний Тероризму
Маркетингові	Високий рівень конкуренції Пов'язані з товаром, його якістю, пакуванням та ціною Інформаційний, галузевий, інноваційний
Макроекономічні	Нестійкість попиту та цін на продукцію, на сировину Загальноекономічні
Політичні	Вплив політичних умов за кордоном та всередині країни Обмеження та санкції
Правові	Арбітраж Юридичні
Ресурсні	Ризики страйків (людські ресурси) Ризики, пов'язані з виробництвом
Техніко-технологічні	Технологічні Технічні Інноваційні Організаційні (організація виробництва)
Транспортні	Ризики, пов'язані із транспортуванням товарів Форс-мажорні обставини Втрата/ушкодження товару під час транспортування Людський фактор під час транспортування (хвороба, травмування, помилка)
Фінансові	Нестійкість фінансових умов кредитування Високі відсоткові ставки за кредитами Фінансово-інвестиційні Валютний Банківський (ненадійність банків)
Екологічні	Забруднення навколишнього середовища Безпека під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності Стан екології загалом у країні Рівень екологічної культури у компанії

яка б відповідала національним та галузевим особливостям. Тому до головних ризиків автором було віднесено такі (таблиця 2).

Класифікація основних ризиків зовнішньоекономічної діяльності заснована на їх впливі на діяльність підприємства та здійснення ним зовнішньоекономічної діяльності. Автором було запропоновано власну класифікацію на основі досліджених класифікацій українських на закордонних авторів.

Розглянемо, які ризики виокремлюють у своїй зовнішньоекономічній діяльності підприємства машинобудівної галузі Харківської області.

У своїй діяльності ПАТ «Електромашина», ПАТ «Турбогаз», ПАТ «ХАРП», ПАТ ХЕЛЗ «Укрелектромаш», ПАТ «Світло Шахтаря» виділяють такі види ризиків, як неконвертованість української гривні, валютний контроль та інфляція, нестабільність податкового та митного законодавства України, донарахування штрафів та пені за невірне трактування законів, при цьому податкові перевірки можуть охоплювати термін 3 роки з моменту здійснення операції. Окрім того, існує суттєвий ризик зміни цін на продукцію, що випускається, та кредитний ризик, виражений у ймовірності появи дебіторської заборгованості. Також є кредитні ризики, ринкові ризики, що складаються з валютних, відсоткових та ризиків зміни цін на товари, ризик ліквідності. При цьому кредитний ризик включає такі елементи, як ризик неплатоспроможності дебітора, поява простроченої дебіторської заборгованості. Також підприємства виділяють ризики, що притаманні різним видам капіталу, і відсутність державної цільової програми підтримки вітчизняного виробника.

Висновки. Таким чином, зовнішньоекономічна діяльність підприємств залежить від багатьох ризиків, що охоплюють не лише їхню виробничу, фінансову, економічну, інвестиційну діяльність, але і зовнішні ризики всередині країні та поза її межами, соціально-демографічні та екологічні ризики, геополітику та міжнародні відносини. Порівнявши ризики, які виділяють автори, та ризики, які виділяють підприємства, ми побачили, що підприємства часто не виділяють в окремі групи ризиків міжнародні відносини, геополітику, соціальні ризики, екологічні ризики. Вони є досить важливими для забезпечення конкурентоспроможності підприємства під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Core principles for effective banking supervision. Basle Committee on Banking Supervision, 1997, April.
2. Cantillon R. Essai sur la nature du commerce en general. Paris, 1952. P. 28-33.
3. Frank H. Knight. The Meaning of Risk and Uncertainty. In: F. Knight. Risk, Uncertainty, and Profit. Boston: Houghton Mifflin Co, 1921, p. 210-235.
4. Гинс Г.К. Предприниматель. – М.: «Посев». – 1992. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: https://www.litmir.me/br/?b=574086
5. Акимов В.А. Концепции риска и концепции анализа риска / В.А. Акимов, С.П. Воронов, Н.Н. Радаев // Стратегия гражданской защиты: проблемы и исследования. – 2013. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsii-riska-i-kontseptsii-analiza-riska
6. Смит А. «Исследование о природе и причинах богатства народов». – 1776. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/smit/smit_1.pdf
7. Хейнэ П. Экономический образ мышления. – 1987. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://www.libertarium.ru/lib_thinking
8. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. – 1912. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://socioline.ru/book/j-shumpeter-teoriya-ekonomicheskogo-razvitiya
9. Pfeffer J. Insurance and Economic Theory, Irvin Inc., Homewood, Illinois, 1956.
10. Willett A.H. The Economic Theory of Risk Insurance, University of Pensylvania Press, Philadelphia 1951.
11. Мельник О.Г. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємтва / О.Г. Мельник, М.Я. Нагірна // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5(43). – С. 63-66.
12. Тарасова К.І. Класифікація ризикоутворюючих факторів в діяльності підприємства / К.І. Тарасова // Materialy IX Miedzynarodowej naukovo-praktycznej konferencji «Nauka: teoria i praktyka – 2013» (07-15 sierpnia 2013). Volume 3. Ekonomiczne nauki: Przemysl. Nauka I studia. – 2013. – С. 21-25.
13. Okolo S. Risks in International Business / Sidney Okolo // [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://ezinearticles.com/?Risks-in-International-Business&id=1331702
14. Cavusgil S.T. International business the new realities / S.T. Cavusgil, G. Knight, John R. Riesenberger // Monography. – Second Edition. – 2012. – Boston: Prenties Hall.
15. Герасимова Н. Управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності підприємства / Н. Герасимова, О. Гоменюк. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18805/1/135.pdf
16. Стрельбіцька Н.Є. Уніфікований міжнародний стандарт ризик-менеджменту як відповідь на виклики глобалізації / Н.Є. Стрельбіцька // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2(5). – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11snynvh.pdf
17. Петросян Н.Э. Основные риски внешнеэкономической деятельности российских компаний / Н.Э. Петросян // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – № 24. – 2011. – С. 374-377. [Електронне джерело]. – Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/v/osnovnye-riski-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-rossiyskih-kompaniy
18. Свідерська А. Поняття та класифікація ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства / Антоніна Свідерська // Галицький економічний вісник – Тернопіль: ТНТУ, 2014. – Том 46. – № 3. – С. 113-121. – [Електронне джерело]. – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/5349/2/GEB_2014v46n3_Antonina_Sviderska-The_concept_and_113-121.pdf
19. Ларионова Н.А. Риски и устойчивость внешнеэкономической деятельности предприятий / Н.А. Ларионова // [Електронне джерело] – Режим доступу: http://www.confcontact.com/ 20110225/ ek1_larion.php
20. Волкодаева Е.В. Классификация рисков как инструмент подсистемы управления бизнес-процессами внешнеэкономической деятельности промышленных предприятий / Е.В. Волкодаева, Л.В. Ханбикова // Вестник Самарского государственного университета. – 2013. – № 4. – С. 26-29.
21. Мантур-Чубата О.С. Організаційно-економічний механізм управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Хмельницький. – 2015. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.khnu.km.ua/root/res/2-21-18-10.pdf

Аннотация. В статье раскрыта сущность и исторические предпосылки понятия риска. Исследованы подходы к выявлению риска во внешнеэкономической деятельности предприятия и классификации рисков, разработанные различными национальными и зарубежными авторами. Проанализированы риски машиностроительных предприятий Харьковской области, сопровождающие внешнеэкономическую деятельность.

Ключевые слова: риск, внешнеэкономическая деятельность, машиностроительные предприятия, классификация, подход, концепция, конкурентоспособность.

Summary. The essence and historical preconditions of the concept of risk were disclosed. The approaches to the identification of risk in the foreign economic activity of the enterprise and the classification of risks, which were developed by various national and foreign authors, were investigated. The risks of machine-building enterprises of the Kharkiv region that accompany foreign economic activity are analyzed.

Key words: risk, foreign economic activity, machine-building enterprises, classification, approach, concept, competitiveness.

УДК 339.138:061.5

Іванова Л. О.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, менеджменту та готельно-ресторанного бізнесу
Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського

Вовчанська О. М.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Львівського торговельно-економічного університету

Ivanova L. O.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor Economics, Managment
and Hotel and restaurant business Department
Lviv State University of Physical Culture of I. Boberskogo

Vovchanska O. M.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor marketing Department
Lviv University of Trade and Economics

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ КЛІЄНТІВ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

SPECIFICS OF MARKETING MANAGEMENT OF CLIENTS' LOYALTY IN RETAIL BUSINESSES

Анотація. Стаття присвячена особливостям управління лояльністю клієнтів роздрібних торговельних підприємств на засадах маркетингу. Визначено, що досвід клієнта щодо придбання продукту має вирішальний вплив на здійснення повторної покупки, тому важливим є вивчення поведінки клієнтів роздрібних торговельних підприємств та вимірювання їх рівня задоволеності. Виявлено, що на задоволення потреб клієнтів роздрібних торговельних підприємств безпосередньо впливають чинники змін у зовнішньому середовищі (ринкова кон'юнктура) та у внутрішньому середовищі (інновації). Розглянуто складники комплексу маркетингового управління лояльністю клієнтів роздрібного торговельного підприємства, такі як моніторинг ринкового середовища, оцінювання наявного рівня лояльності, сегментація ринку для актуалізації профілю споживача, позиціювання ринкової пропозиції роздрібного торговельного підприємства; формування карти преференцій покупців з позиції важливості критеріїв вибору.

Ключові слова: роздрібна торгівля, лояльність, лояльність споживачів, маркетинг, конкуренція, програма лояльності, сегментація.

Постановка проблеми. Сучасний рівень економічних відносин на ринку товарів і послуг характеризується високою конкуренцією між виробниками і продавцями, а споживач є головною ланкою у системі ринкових відносин. Пріоритетним завданням сучасного маркетингу в роздрібній торгівлі є формування лояльних споживачів, перехід від разових угод до встановлення довгострокових партнерських відносин зі споживачами за

допомогою впливу на їх поведінку у процесі здійснення покупки. Лояльні споживачі допомагають роздрібному торговельному підприємству: 1) підвищити товарообіг і прибутковість (через переорієнтацію клієнтів із співпраці з конкурентами на саме підприємство); 2) зменшити цінову чутливість до пропозицій конкурентів; 3) надати достовірну інформацію про пропозицію конкурентів, свої потреби та інші тенденції ринку; 4) підтримувати і розширювати співпрацю; 5) сформувати рекомендації щодо співпраці споживачів із підприємством [3, с. 18-20].

Якщо донедавна в центрі уваги роздрібної торгівлі було кількісне збільшення мереж, то в результаті посилення конкуренції, а також кризових явищ в економіці країни підприємства роздрібної торгівлі все більше почали орієнтуватися на розвиток відносин із клієнтами, від яких залежить їх сталий розвиток. Якість пропонованих роздрібними торговельними підприємствами товарів і послуг є одним із найважливіших чинників, що впливають на задоволеність і наміри клієнтів продовжувати відносини з підприємством.

Поведінка та переваги споживача не є усталеними, оскільки мають схильність до постійних змін. Зміна переваг і мотивів здійснення покупки споживачами змушує роздрібні торговельні підприємства орієнтувати свою маркетингову діяльність на встановлення прихильності споживача до них, що є відображенням споживчої лояльності. Формування і розвиток лояльності споживачів доцільно здійснювати в межах системних і комплексних програм лояльності. Програма лояльності, спрямована на підвищення лояльності ключових споживачів, дає змогу роздрібному торговельному підприємству утримувати постійних споживачів і вибудовувати відносини з ними у довгостроковій перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати досліджень Ф. Райхельда і Р. Сассер показують, що п'ятивідсоткове збільшення лояльних компаній-споживачів супроводжується збільшенням прибутку в діапазоні від 25 до 85% залежно від сфери діяльності [19]. Однак більшість використовуваних в Україні програм підвищення лояльності споживачів недостатньо ефективні. Це пов'язано з такими серйозними недоліками програм підвищення лояльності споживачів, як відсутність системного підходу до їх організації, копіювання із західних зразків без урахування української специфіки і реалій вітчизняного ринку, відсутність або недостатнє використання накопиченої інформації про споживачів, висока однотипність подібних програм через використання обмеженого набору інструментів заохочення постійних споживачів. Тому дослідження у сфері управління лояльністю споживачів роздрібних торговельних підприємств на основі маркетингу відносин стають дуже актуальними і потребують поглибленого вивчення.

Поняття лояльності є неоднозначним і широкою темою для досліджень та наукових суперечок. Дослідженню теоретичних і методологічних основ лояльності споживачів та розробленню інструментарію їх утримання присвячені роботи відомих вітчизняних та закордонних учених, таких як І. Ансофф, Д. Аакер [1], Ю.П. Адлер, Б.А. Стефан [5], Ю.В. Васін [6], Дж. Гітомер, М.Н. Димшиця [12], Ф.Ф. Райхельд, Т. Тіл [18-19], Х. Томпсон, Дж. Хофмейр [26] та інші. Теоретичні та практичні підходи до процесу формування лояльності й окремі аспекти управління ними на підприємствах розглянуті такими вченими, як А.А. Бояршинов [4], Д.Є. Горелик [8], П.А. Петриченко [17] та ін. Проблемні питання, пов'язані з формуванням клієнтської лояльності, розглянуті у працях М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь [9], А. Руденко [20], О. Цисар [24-25], Я. Федорак [21] та ін.

Багато дослідників відносять поняття лояльності до феномену купівельної поведінки і дають різні визначення та виділяють різні чинники, що впливають на лояльність покупців. Питання споживчої лояльності особливо актуальне для сучасного маркетингу роздрібних торговельних підприємств, оскільки на ринку роздрібної торгівлі превалює висока конкуренція і відбувається боротьба за прихильних покупців, яких багато підприємців сприймають як стратегічний актив, необхідний для розвитку бізнесу. Тому наукові дослідження у сфері управління лояльністю споживачів роздрібних торговельних підприємств на засадах маркетингу відносин стають дуже актуальними і потребують поглибленого вивчення.

Мета статті полягає в аналізі особливостей управління лояльністю клієнтів роздрібних торговельних підприємств на засадах маркетингу, що сприятиме набуттю і утриманню ними конкурентних переваг у довготривалій перспективі.

Виклад основного матеріалу. Кінцевою ланкою, що замикає ланцюг господарських зв'язків у процесі руху товарів від виробника до споживача, є роздрібна торгівля. Роздрібні торговельні підприємства на маркетингових засадах виконують такі основні функції:

1) досліджують кон'юнктуру ринку товарів і послуг;
2) забезпечують реалізацію маркетингової стратегії;
3) беруть участь у процесі сортування, акумулюють асортимент товарів від великої кількості виробників та пропонують їх для продажу з орієнтацією на запити покупців;
4) дають інформацію покупцям за допомогою реклами, інших засобів маркетингових комунікацій, а також посередництвом персоналу;
5) здійснюють власні маркетингові дослідження та допомагають у маркетингових дослідженнях іншим учасникам каналів збуту;
6) зберігають товари належним чином;
7) встановлюють роздрібну ціну на товари;
8) розміщують у торговельних приміщеннях товари та здійснюють інші операції з ними;
9) здійснюють кредитну політику;
10) надають різноманітні послуги.

Завдання маркетингу роздрібного торговельного підприємства – зробити відвідувачів постійними клієнтами підприємства роздрібної торгівлі. Для цього для постійного контингенту покупців розробляють програми лояльності, вводять спеціальні пластикові картки (що є зручною формою розрахунків), передбачають різного роду знижки і бонуси тощо.

Багаточисельними маркетинговими дослідженнями встановлено, що саме досвід клієнта щодо придбання продукту має вирішальний вплив на здійснення повторної покупки. Тому важливо, щоби персонал роздрібного торговельного підприємства володів знаннями щодо поведінки клієнтів. Зростає також значення вимірювання задоволення клієнта, позаяк тільки задоволений покупець залишиться постійним клієнтом обраного роздрібного торговельного підприємства.

Фундаментальним принципом маркетингу прийнято переконання, що клієнт шукає не продукт, а спосіб вирішення проблеми. Трактування продукту на основі узагальнення досвіду як множини властивостей, що створюють покупцеві функціональну вартість, дає змогу виокремити основну та додаткові вартості, які можна додавати як потрібні клієнтові. Основна вартість відповідає функціональній корисності вибраної категорії продукту. Це основна і видова користь, яку забезпечує кожна марка у певній продуктовій категорії. Натомість додаткові вартості дифе-

ренціюють продукти і можуть мати вирішальний вплив на преференції клієнта. Необхідні вартості визначають спосіб реалізації основної функції продукту і все те, що зазвичай супроводжує основну функцію (доставка, умови платежу, післяпродажний сервіс тощо). Додаткові вартості натомість – це корисності, які не пов'язані з основною функцією і виділяють продукт серед інших.

Оскільки, як показали дослідження, виміряти задоволення покупців доволі нелегко, то роздрібні торговельні підприємства переважно зосереджують свою увагу тільки на якості обслуговування. Вимірювання якості обслуговування є, звичайно, дуже важливим, але це, на наш погляд, недостатня підстава для оцінювання рівня задоволення клієнта. Такий підхід пояснюється тим, що якість обслуговування легше виміряти, позаяк роздрібні торговельні підприємства її контролюють. Важче охопити вимірюванням усі елементи, які створюють комплекс вартостей, пропонованих клієнтові, тому що їх не може проконтролювати ні виробник, ні роздрібне торговельне підприємство.

На основі узагальнення літературних джерел [10; 11; 16] ми погоджуємося, що на підставі наявності комплексу властивостей продукту доцільно визначати повну корисність продукту як детермінанту функції задоволення і приймати її як критерій вибору споживачем. Саме такий підхід, на нашу думку, дасть змогу роздрібному торговельному підприємству модернізувати на інноваційних засадах маркетингове управління щодо набуття ним конкурентних переваг.

Основою дослідницької орієнтації сучасної концепції маркетингу відносин є проблематика якості щодо маркетингу послуг, яка стосується і роздрібних торговельних підприємств. Як стверджує вчений Я. Циран, у сервісному (постіндустріальному, інформаційному) напрямі, зосередженому на якості послуг, помітний сильний вплив суспільних теорій на теорію процесу формування ринкових відносин і зв'язків, що, своєю чергою, впливає на виникнення лояльності клієнтів завдяки емоціям, які не тільки роблять зв'язок тіснішим, але і впливають на його стабільність [23, с. 116]. Роздрібне торговельне підприємство налагоджує зв'язки з різними ринковими партнерами з метою утримування клієнтів і формування їх лояльності.

Навіть на просто інтуїтивному рівні видається правильним припущення, що висока якість обслуговування у роздрібному торговельному підприємстві підвищує рівень задоволення споживача і приводить до збільшення обсягів продажу, а, отже, і прибутку. І дійсно, маркетингові дослідження засвідчують, що роздрібні торговельні підприємства, які мають вищий рейтинг з оцінки якості обслуговування, мають кращі показники збільшення частки ринку і прибутковості [15, с. 713]. І все ж, незважаючи на це, для багатьох роздрібних торговельних підприємств високі стандарти якості обслуговування залишаються ілюзорними.

Маркетингові дослідження, виконані у середовищі роздрібних торговельних підприємств м. Львова, дали змогу встановити, що жодне підприємство роздрібної торгівлі не зорієнтоване на погану якість. Розбіжності виникають зазвичай через відмінність між тим, що забезпечує роздрібне торговельне підприємство, і тим, що отримують клієнти. Загалом проблема, наслідком якої є незадоволення клієнта, – це невідповідність між тим, чого клієнт очікує, і тим, що реально одержує. Причини незадоволення клієнтів, згідно з результатами маркетингового дослідження, полягають переважно у такому:

– промоційний складник або завищені обіцянки (намагаючись залучити клієнтів будь-якою ціною, роздрібні торговельні підприємства доволі легко викликають очікування, які важко виправдати);

– відмінність у розумінні потреб або неправильне визначення концепції (керівництво і персонал роздрібних торговельних підприємств через недостатньо ретельні маркетингові дослідження не усвідомлюють справжніх потреб клієнтів);

– неадекватні ресурси через намагання будь-якою ціною знизити витрати і/або підвищити продуктивність (відповідні операційні системи і процедури не враховують повною мірою очікування клієнтів);

– неадекватний рівень обслуговування через неправильно підібраний та підготовлений персонал чи неефективну систему заохочень працівників (клієнти сприймають рівень обслуговування не таким, яким він є насправді).

Таким чином, для того, щоб забезпечити високий рівень якості послуг роздрібного торговельного підприємства, необхідно максимально точно визначити, чого саме очікує споживач, і намагатися якнайповніше задовольнити його запити. Для цього роздрібному торговельному підприємству необхідно створити чітку систему критеріїв, на основі яких формуються очікування споживача. При цьому важливо пам'ятати про те, що клієнти роздрібного торговельного підприємства оцінюють не тільки результат отримання послуги, але і свій власний досвід участі в обслуговуванні.

Здійснені нами маркетингові дослідження дали змогу субординувати чинники впливу на рівень задоволення клієнтів роздрібних торговельних підприємств та визначити загальний рівень задоволення. Ми рекомендуємо роздрібним торговельним підприємствам розглядати це як підстави для трансформації стану задоволення у стан лояльності цих клієнтів до конкретного роздрібного торговельного підприємства.

Зокрема, нелояльний клієнт може повторно не здійснювати покупку в конкретному роздрібному підприємстві з двох причин: 1) якщо існують альтернативи щодо вибору виконавця функції вирішення проблеми; 2) якщо немає потреби у повторній купівлі. Це також актуально і у разі лояльного клієнта, якщо є потреба, але немає можливостей (грошових засобів). Можливі варіанти трансформації стану задоволення клієнтів роздрібного торговельного підприємства у стан їх лояльності загалом можна подати через ланцюжок відношення «ставлення клієнта – можливості клієнта – потреби клієнта» [3, с. 17-18].

Із результатів маркетингового дослідження випливає, що для досліджуваних роздрібних торговельних підприємств (та і практично для всіх) істотними є чинники змін у зовнішньому середовищі (ринкова кон'юнктура) та у внутрішньому середовищі (інновації), що безпосередньо впливає на задоволення потреб клієнтів.

Маркетингові дослідження роздрібних торговельних підприємств м. Львова дали змогу визначити такі зміни детермінант ринкової кон'юнктури:

– зростання вимог покупців до якості і надійності придбаних товарів і послуг;

– нові товари і послуги з'являються на ринку значно частіше, ніж у минулому;

– очікування і потреби покупців змінюються дуже швидко;

– конкуренція у сфері продажу є дуже гострою.

Збирання маркетингової інформації, необхідної для визначення рівня лояльності клієнтів, вимагає, щоб роздрібне торговельне підприємство підтримувало надійні зв'язки з ними, які ґрунтуються на взаємній довірі. Роздрібному торговельному підприємству необхідно також розвивати різні форми діалогу з клієнтами, щоб забезпечити їм найкращі можливості вираження своїх думок і очікувань. Розвиток інформаційних технологій уможлив-

лює цифрові діалоги з клієнтами, і завдяки цьому реальним є поточне відстеження потреб і очікувань клієнтів, їх реакцій на пропозицію, їх запитань і сумнівів, а також реагування на зміни, що відбуваються у роздрібному торговельному підприємстві та у нових товарах і послугах. Під час створення профілів клієнтів характерні ознаки лояльних клієнтів доцільно використовувати, щоб передбачити, хто стане таким клієнтом.

Результати маркетингових досліджень переконують, що саме роздрібне торговельне підприємство повинно бути лояльним до своїх клієнтів (а не навпаки, що суперечить прийнятній філософії маркетингу) і вживати всю різноманітність маркетингових заходів, щоби клієнти були задоволені, стали лояльними. Це означає, що у стосунках між роздрібним торговельним підприємством і клієнтом лояльність повинна визначатися передусім як його вірність підприємству, яке поставляє корисність, що відповідає його вимогам. Отже, щоб здобути лояльність клієнтів, спочатку роздрібне торговельне підприємство має завоювати їхню довіру.

Лояльність покупців часто ототожнюється з їх задоволеністю. Задоволення виникає тоді, коли покупець задоволений якістю товару і рівнем сервісу під час здійснення конкретної покупки. Задоволення покупця – необхідна, але не достатня умова лояльності. Лояльний покупець – це завжди задоволений покупець, проте задоволений покупець не завжди є лояльним. У зв'язку з цим лояльність – це відданість клієнта своєму підприємству, готовність продовжувати співпрацю з ним, а також рекомендувати його своїм друзям і знайомим.

Задоволеність споживача не завжди тягне гарантовано за собою повторні покупки і збільшення обсягів продажів підприємства, тому її можна розглядати як початковий етап на шляху до формування лояльності. Задоволеність споживачів – це загальна оцінка досвіду споживачів підприємства з придбання і використання товарів і/або послуг, що надаються ним. Задоволеність – це ступінь відповідності реальної якості товару (послуги) вихідним очікуванням споживача. Чим більше пропонована якість збігається з очікуваннями споживача, тим вища його задоволеність. За ступенем задоволеності товарами (послугами) споживачів можна розділити на три групи (споживачі високого, низького ступеня задоволеності і незадоволені споживачі). Споживачів високого ступеня задоволеності відрізняє високий ступінь імовірності формування лояльності до підприємства. Споживачі цієї групи вважаються найбільш вірними підприємству. Імовірність переходу їх до підприємства-конкурента є низькою. Споживачі низького ступеня задоволеності мають невисокий рівень прихильності до підприємства. Постійні покупки одного і того самого товару можуть відбуватися за звичкою або через відсутність альтернативи. Споживачі можуть перейти до конкурента, якщо він дасть більш вигідні умови. Незадоволених споживачів вирізняє ймовірність відсутності лояльного ставлення до підприємства. Вони схильні ділитися з іншими людьми своїми негативними враженнями від взаємодії з підприємством. У результаті цього підприємство втрачає не тільки реальних, а й потенційних споживачів [13, с. 65-68].

З позиції зв'язку між задоволеністю та лояльністю клієнтів можна поділити на три основні категорії (незадоволені, просто задоволені і задоволені). Лише тоді, коли клієнт задоволений, його задоволеність істотно впливає на лояльність.

У науковій літературі прийнято виділяти різні види лояльності, які ґрунтуються на різних рівнях прихильності до підприємства:

– лояльність із низьким ступенем прихильності (в ситуації монополістичного ринку);

– лояльність із середнім ступенем прихильності (зумовлена високими витратами зміни постачальника вирішення проблеми клієнта);

– лояльність із низьким або середнім ступенем прихильності (викликана системою заохочення підприємства);

– лояльність із низьким ступенем прихильності (спричинена звиканням клієнта);

– лояльність із найвищим ступенем прихильності (виникає завдяки вірності клієнта) [27, с. 29].

Показово, що щільний зв'язок між задоволенням і лояльністю клієнтів стосується передусім ринків із сильною конкуренцією, на яких і функціонує переважна більшість українських роздрібних торговельних підприємств.

Застосовуючи маркетингові дослідження, рівень прихильності окремих клієнтів роздрібних торговельних підприємств можна трансформувати у певні середні оцінки їх задоволення. Порівнюючи середні оцінки задоволення портфеля клієнтів, роздрібне торговельне підприємство має змогу визначити, як ринок сприймає якість товарів і послуг, що може розглядатися як пакет корисностей.

Літературні джерела подають такі можливі варіанти видів задоволення і незадоволення:

– гомогенне задоволення – якщо середній результат підприємства вищий від середньої величини в секторі і нижчий, ніж середня величина + середнє стандартне відхилення. Це означає, що клієнти загалом задоволені і погоджуються це підтвердити;

– розсіяне задоволення, яке може бути викликане, зокрема, непослідовністю в якості пропонованих продуктів. Ідентифікація незадоволених клієнтів та причина їх незадоволення повинні стати основним завданням для вживання індивідуалізованих запобіжних заходів, перш ніж клієнти перейдуть до конкурентів;

– розсіяне незадоволення – більшість клієнтів незадоволені, але деякі менше незадоволені, ніж інші. Таке становище пояснюється тим, що продукти або послуги погано пристосовані до задоволення потреб деяких груп клієнтів;

– гомогенне незадоволення – клієнти незадоволені і виражають це, що є найбільше небажаною ситуацією для підприємства [22, с. 143-144].

Пристосування маркетингових стратегій продажу до окремих груп клієнтів є дуже важливим, оскільки, по-перше, впливає на збільшення обсягів продажу і безпосередньо на збільшення вартості клієнта. Іншою причиною є створення корисності для клієнта через формування партнерських відносин [7, с. 270].

З огляду саме на партнерські відносини клієнтам дається можливість долучитися до процесу створення і пропонування товарів та послуг, позаяк продукти, створені у результаті співпраці, краще задовольнятимуть потреби клієнтів, а виробників і роздрібні торговельні підприємства захистять від помилок. Партнерські стосунки дають змогу концентруватися на кожному індивідуальному клієнтові, хоча не всі клієнти однаково цінні для підприємства. Формування ринкового капіталу зводиться не тільки до залучення все більшої кількості клієнтів, а й до розширення пропозиції для найрентабельніших клієнтів.

Оскільки партнерські стосунки з клієнтами дають змогу роздрібному торговельному підприємству знизити свою частку в обраному сегменті ринку і здобути лояльність клієнтів, то тим самим відбувається розділення корисностей із клієнтами. Що тісніший контакт з клієнтом, то більше він отримає в обмін на лояльність до роздрібного торговельного підприємства.

Для того, щоб дати лояльним клієнтам можливість купувати якісні продукти, не переплачуючи (і тим самим стимулюючи повторні покупки), багато роздрібних торговельних підприємств активно розширюють асортимент продуктів під приватною маркою [14, с. 98]. Продаж таких товарів допомагає економити на просуванні, тому ціна на них може бути набагато нижчою, ніж у товарів, що випускаються під брендом виробника. Як показали маркетингові дослідження, сьогодні товари під приватними марками вже перестали асоціюватися тільки з максимальною простотою і дешевизною. Під приватними марками часто продаються товари, якість яких не поступається тим же товарам із сегменту преміум за відносно низької ціни.

Донедавна в ціноутворенні роздрібних торговельних підприємств активно використовувалися можливості маркетингу зі зміни еластичності попиту від ціни, і таким чином вирішувалося завдання з витіснення ціни з тих показників, за якими обирається товар. Сьогодні ж ціновий диктат споживача стає більш стратегічним і більш жорстким. За цієї схеми вихідною є «пропозиція» ціни з боку споживача, а роздрібне торговельне підприємство вже орієнтується, чи готове воно продавати товари за такою ціною. Такі умови змушують роздрібні торговельні підприємства тримати ціни на конкурентному рівні або навіть знижувати їх порівняно з конкурентами, залишаючи високу націнку лише на унікальні товари і послуги.

Якщо раніше в багатьох роздрібних торговельних підприємствах ціноутворення базувалося на споживчому суб'єктивному сприйнятті ціни товару, оцінці «дорого – дешево», то тепер багато покупців перейшли до системи вибору, основою якої є принцип «виправдані витрати – невиправдані витрати». Ціна перестала бути похідною балансу попиту і пропозиції. У роздрібній торгівлі сформувалася тенденція орієнтації на конкретні ціни конкретного контакту покупця і продавця. У західних країнах Європи популярним стало використання аукціонної системи цін, яка передбачає, що в магазині встановлюється не тільки початкова продажна ціна на товар, але вказуються конкретні дати і розміри її зниження. За таких умов покупець може вибирати, купити йому товар за сьогоднішньою ціною або почекати її зниження. При цьому чим більше він буде вичікувати, ти більше ризик, що інші споживачі куплять товар раніше, зростає.

З огляду на те, що роздрібне торговельне підприємство орієнтоване на масовий попит, воно не може мати на меті задоволення тільки окремих сегментів споживачів. Сегментація споживачів роздрібного торговельного підприємства повинна бути багаторівневою, оскільки інструменти диверсифікації можуть бути спрямовані на різнопланові, різнорівневі і різні за змістом купівельні переваги – сторони взаємодії зі споживачем.

Ефективна сегментація ринку є підґрунтям для виділення профілю споживача. Встановлений профіль споживача допомагає ідентифікувати клієнта в окремих сегментах, що уможливлює [2, с. 215]:

– проведення моніторингу якості на цих сегментах ринку і маркетингове пришвидшення підготовки до змін;

– відповідний підбір маркетингових форм активізації маркетингової діяльності щодо окреслених споживачів;

– залучення до визначених сегментів ключових клієнтів;

– розвиток програм лояльності;

– зниження витрат маркетингової діяльності підприємства, зокрема, маркетинговим розробленням оптимальних засобів подання реклами, стимулювання продажу, пропаганди, паблік рілейшнз, форм дистрибуції тощо.

Здійснюючи вибір цільового ринку на засадах маркетингу, роздрібному торговельному підприємству найдоцільніше:

– концентрувати свою діяльність на клієнтах одного сегменту, що даватиме підприємству можливість здобути конкурентну перевагу;

– обрати саме таку частину ринку, яку підприємство знає найкраще;

– обрати саме узгоджену з довгостроковими планами підприємства частину ринку;

– концентруватися на сегменті відповідного розміру, потенціал якого зростає;

– оцінити бар'єри входження на ринок;

– переконатися, що діяльність на вибраному сегменті ринку забезпечує досягнення необхідного рівня прибутку.

Дотримання вищезгаданих рекомендацій дасть змогу роздрібному торговельному підприємству вибрати відповідні цільові ринки з визначеною концепцією їх обслуговування, яка буде означати диференційовану маркетингову діяльність, концентровану або індивідуалізовану.

Шляхом позиціювання ринкової пропозиції роздрібним торговельним підприємством здійснюється насамперед надання наявним і потенційним клієнтам власної пропозиції на фоні пропозиції конкурентів. Товари і послуги позиціонують завдяки їхнім характеристикам через використання таких основних стратегій, як 1) проведення конфронтаційних дій щодо ринкових пропозицій конкурентів; 2) диференціювання пропозиції у такий спосіб, щоб уникнути безпосередньої конфронтації з конкурентами [22, с. 142].

Серед важливих складників розглянутого нами комплексу маркетингового управління лояльністю клієнтів роздрібного торговельного підприємства (моніторинг ринкового середовища, оцінювання наявного рівня лояльності, сегментація ринку для актуалізації профілю споживача, позиціювання ринкової пропозиції роздрібного торговельного підприємства) особливої ваги набуває формування карти преференцій покупців із позиції важливості критеріїв вибору. Мова йде про те, що необхідно створити багато карт преференцій споживачів залежно від прийнятих критеріїв оцінки. Завдяки цій процедурі уможливлюється визначення позицій роздрібних торговельних підприємств, які безпосередньо конкурують у виділеному сегменті ринку, а також ідентифікація джерел їхньої конкурентної переваги. Практичною користю є також виявлення таких місць у сегменті ринку, які характеризуються найбільшою інтенсивністю конкуренції, а також визначення того, яке роздрібне торговельне підприємство з яким конкурує. У разі, коли роздрібне торговельне підприємство ідентифікує сегменти, які досі не обслуговує жоден із конкурентів, особливо цінним і актуальним стане аналіз привабливості цих сегментів для цього роздрібного торговельного підприємства.

Висновки. В умовах гострої конкуренції лояльність споживачів є запорукою досягнення цілей підприємства й утримання ним стійких ринкових позицій. Необхідною умовою досягнення лояльності споживачів є формування їх задоволеності, яка базується не тільки на виконанні, але й на перевищенні запитів споживачів.

Підвищення споживчої лояльності як фактора формування інноваційного середовища роздрібного торговельного підприємства є одним із найважливіших елементів його діяльності, а найчастіше і вирішальним фактором його існування в умовах високої конкуренції на ринку. Сьогодні все більшого значення в розвитку економічних процесів набуває людський фактор. В умовах зростаючої

конкуренції для роздрібних торговельних підприємств важливим є не тільки постійне залучення нових клієнтів, але й утримання вже наявних клієнтів – стимулювання повторних покупок у поєднанні з побудовою емоційної прихильності, вироблення у споживачів позитивного образу підприємства, встановлення довірливих, дружніх відносин із клієнтом.

Основна проблема, з якою сьогодні стикаються роздрібні торговельні підприємства під час здійснення інноваційної діяльності – відсутність чіткого уявлення про те, що включає в себе поняття «лояльність» і як взаємопов'язані лояльність і прихильність. Відповідно основні зусилля сучасних дослідників повинні бути спрямовані на вивчення цього процесу, а також на розроблення методик створення і впровадження програм лояльності.

Ефективне управління лояльністю споживачів передбачає постійний моніторинг внутрішньої та зовнішньої лояльності, а також систематичне дослідження потреб і запитів споживачів.

Зважаючи на сучасну ринкову ситуацію, сьогодні для інноваційного розвитку роздрібним торговельним підприємствам уже недостатньо традиційного маркетингу, а необхідно розвивати концепцію холістичного (цілісного) маркетингу, складниками якого є маркетинг відносин, інтегрований маркетинг, внутрішній маркетинг і соціально відповідальний маркетинг.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д. Как обойти конкурентов: создаем сильный бренд / Д. Аакер; [пер. с англ.]. – М. [и др.]: Питер, 2012. – 350 с.
2. Акулич И.Л. Маркетинг взаимоотношений / И.Л. Акулич, И.З. Герчикова. – Мн.: Рєйплац, 2010. – 384 с.
3. Андреев А.Г. Лояльный потребитель – основа долгосрочного кон- курентного преимущества компании / А.Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – № 2. – С. 15-20.
4. Бояршинов А.А. Потребность бизнеса в повышении лояльности клиентов [Електронний ресурс] / А.А. Бояршинов. – Режим доступу: http//marketing.spb.ru
5. Бутчер А. Стефан. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов / Стефан А. Бутчер; [пер. с англ. и ред. Е. В. Трибушной]. – 2-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 81 с.
6. Васин Ю.В. Эффективные программы лояльности. Как привлечь и удержать клиентов / Ю.В. Васин, Л.Г. Лаврентьев, А.В. Самсонов. – 4-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 152 с.
7. Гембл П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок; пер. с англ. – М.: Гранд, 2002. – 511 с.
8. Горелик Д.Е. Программы лояльности на Западе и в России // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – № 6(48). – С. 55-60.
9. Григорак М.Ю. Логістичне обслуговування: навч. посібник / М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2010. – 152 с.
10. Данько Т.П. Управление маркетингом: учебник / Т.П. Данько. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 363 с.
11. Дойль П. Маркетинг, менеджмент и стратегии / П. Дойль, Ф. Штерн; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Питер, 2007. – 542 с.
12. Дымшиц М. Потребительская лояльность: механизмы повторной покупки / М. Дымшиц. – М.: Вершина, 2007. – 200 с.
13. Іваннікова М.М. Маркетингове управління лояльністю споживачів / М.М. Іваннікова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 3. – С. 62-72.
14. Носова Н.С. Лояльность клиентов, или как удержать старых и привлечь новых клиентов / Н.С. Носова. – М.: Дашков и К°; Саратов: Анлейс. – 2009. – 192 с.
15. Лужнова Н.В. Покупательская лояльность потребителей розничной торговой сети / Н.В. Лужнова, И.А. Тарануха // Молодой ученый. – 2015. – № 10. – С. 712-717.
16. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
17. Петриченко П. Еволюція концепцій маркетингу взаємин: пріоритети, концептуальна база, домінуюча логіка / П. Петриченко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 3. – С. 367-372.
18. Райхельд Ф.Ф. Искренняя лояльность: ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь / Ф.Ф. Райхельд, при участии Р. Марки; пер. с англ. С. Филина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 347 с.
19. Райхельд Ф. Эффект лояльности: Движущие силы економического роста, прибили и неприходящей ценности / Ф. Райхельд, Т. Тил: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 384 с.
20. Руденко А. Клиентская лояльность: три модели поведения [Электронный ресурс] / А. Руденко – Режим доступу: http://www.management.com.ua/marketing/mark023.html
21. Федорак Я. Хто ж насправді впливає на лояльність клієнтів? [Електронний ресурс] / Я. Федорак – Режим доступу: http://blog.management.com.ua/item/419
22. Циран Я. Інтеграційний зв'язок між задоволенням клієнта та його лояльністю / Я. Циран // Вісник «Логістика» № 649. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – С. 138-144.
23. Циран Я. Система маркетингової інформації у дослідженні лояльності клієнта / Я. Циран // Міжнародний науковий журнал. «Механізм регулювання економіки». – Суми, 2009, № 3, Т. 2. – С. 114-118.
24. Цисарь А.В. Лояльность покупателей: основние определения, методи измерения, способи управления / А.В. Цисарь // Маркетинг и маркетинговие иследования. – 2002. – № 5. – С. 55-61.
25. Цысарь А. Лояльность покупателей: измерение и управление / Алексей Цысарь // Новый маркетинг, май, 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://www.clientservice.ru/loyalnostpokupateley-izmerenie-i-upravlenie/
26. Hofmeyr J. Commitment-Led Marketing / J. Hofmeyr, B. Rice. – John Wiley and Sons, 2000. – 298 p.
27. Nigel Hill, Jim Alexander. Pomiar satysfakcji i lojalności klientów, Oficyna Ekonomiczna. – Kraków: Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych Sp. z o.o., 2003.

Аннотация. Статья посвящена особенностям управления лояльностью клиентов розничных торговых предприятий на принципах маркетинга. Определено, что опыт клиента при приобретении товара оказывает решающее влияние на осуществление повторной покупки, поэтому важным является изучение поведения клиентов розничных торговых предприятий и измерение уровня их удовлетворенности. Выявлено, что на удовлетворение потребностей клиентов розничных торговых предприятий непосредственно влияют факторы изменений во внешней среде (рыночная конъюнктура) и во внутренней среде (инновации). Рассмотрены составляющие комплекса маркетингового управления лояльностью клиентов розничного торгового предприятия (мониторинг рыночной среды, оценка имеющегося уровня лояльности, сегментация рынка для актуализации профиля потребителя, позиционирование рыночного предложения розничного торгового предприятия; формирование карты преференций покупателей с позиции важности критериев выбора).

Ключевые слова: розничная торговля, лояльность, лояльность потребителей, маркетинг, конкуренция, программа лояльности, сегментация.

Summary. The article is devoted to the specifics of management of clients' loyalty in retail businesses on the principles of marketing. It has been determined that customer's experience in purchasing a product has a decisive impact on re-purchasing, so it is important to study the behavior of customers of retail businesses and measure their level of satisfaction. It is revealed that satisfaction of needs of retail businesses's clients is directly influenced by the factors of changes in the external environment (market situation) and in the domestic environment (innovation). The components of the marketing management of clients' loyalty in the retail business among others are the monitoring of the market environment, evaluation of the existing level of loyalty, market segmentation for updating the profile of the consumer, positioning of the market offer of the retail business; the formation of a preferential buyer map on the basis of the importance of the selection criteria.

Key words: retail trade, loyalty, consumer loyalty, marketing, competition, loyalty program, segmentation.

УДК 336.7

Канцір І. А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Інституту інноваційної освіти
Київського національного університету будівництва і архітектури

Козьмук Н. І.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Університету банківської справи

Kantsir I. A.
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Economics and Management Department,
GSP «Institute of Innovation Education
of Kyiv National University of Construction and Architecture»

Kozmuk N. I.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Associate Professor of the Finance, Banking and Insurance Department
University of Banking Business School

ПРІОРИТЕТИ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

REGULATORY POLICY PRIORITIES IN THE PROVIDING FINANCIAL SECTOR SUSTAINABILITIES IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION CONVERGATIONS

Анотація. У статті проаналізовано особливості забезпечення стійкого розвитку фінансового сектора національної економіки. Окреслено шляхи забезпечення фінансової стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору в умовах трансформаційних перетворень, які полягатимуть в удосконаленні системи регулювання та нагляду; імплементації рекомендацій Basel III і Solvency II щодо платоспроможності та ліквідності учасників фінансового сектору; виробленні фінансового механізму, адекватного завданням стратегічного розвитку держави.

Ключові слова: фінансовий сектор, фінансова стійкість, фінансова стабільність, макропруденційне регулювання.

Постановка проблеми. В умовах політичної, соціально-економічної та фінансової нестабільності особливої вагомості набуває питання пошуку механізмів регуляторної політики в контексті забезпечення стійкого розвитку фінансового сектора.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питання стійкості національної економіки та важелів регуляторної політики як інструментарію нагляду й контролю присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців: О. Барановського, Я. Белінської, О. Василика, О. Вовчак, В. Коваленко, Ю. Коваленко, Я. Міркіна, В. Міщенка, С. Міщенко, С. Науменкової, Б. Пшика, Дж. Стігліца, Т. Смовженко та ін. Проте дотепер не вироблено єдиної позиції щодо забезпечення стійкості фінансового сектора.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на актуальність дослідження особливостей регуляторної політики в умовах трансформаційних перетворень та широке коло наукових праць, виконаних у цій сфері, дотепер не сформовано цілісної теоретичної концепції та пропозицій щодо вдосконалення принципів реалізації механізмів регулювання, нагляду та впливу у фінансовому секторі. Не завершено системний аналіз закономірностей макропрудеційного регулювання, тривають дискусії щодо природи, вектора і моделей трансформації політики держави у сфері фінансів. Усе це вимагає поглиблення досліджень для пошуку оптимальних регуляторних моделей, конструювання відповідної фінансово-економічної та соціальної політики.

Мета статті полягає в узагальненні теоретичних положень й обґрунтуванні пріоритетів регуляторної політики в контексті забезпечення стійкості фінансового сектора національної економіки в умовах трансформаційних перетворень.

Виклад основного матеріалу дослідження. Національна економіка є одним із найбільш регульованих секторів. Метою регуляторної діяльності виступають проведення єдиної та ефективної політики у сфері фінансово-економічних відносин; захист інтересів фізичних та юридичних осіб; створення сприятливих умов для розвитку та функціонування реального та фінансового секторів; забезпечення рівних можливостей для доступу на ринок і прав їх учасників; дотримання вимог чинного законодавства; сприяння інтеграції у глобальний економічний простір.

У сучасному суспільстві в умовах трансформаційних перетворень під впливом державної політики формуються принципово нові підходи до стабілізації фінансової ситуа-

ції на макро- та мікрорівнях. Диференціація поглядів безпосередньо пов'язана з тлумаченням та розмежуванням сутності категорій «фінансова стійкість» та «фінансова стабільність».

Аналізуючи етимологію поняття «фінансова стабільність», доцільно чітко усвідомити сутність категорії «стабільність». Стабільність – це стан рівноваги, відсутність змін (як позитивних, так і негативних), стан спокою. Стабільність асоціюється з порядком, незмінністю, стійким функціонуванням тощо. Цей термін використовується для опису стану системи, її структури і окремих елементів або підсистем, процесів та відносин.

Стабільність – це стан сталого функціонування усіх складників економіко-правових та політичних відносин на засадах збалансованості інтересів основних суспільних груп як критерію стану функціонування суспільства (табл. 1).

Фінансова стабільність – це стійкий стан фінансової системи країни, що спроможний забезпечити безперебійне здійснення розрахункових операцій на макрорівні, високий рівень довіри до фінансово-кредитних установ, відсутність надмірної можливості управління фінансовими ризиками, а також запас міцності у фінансовій системі, що дає змогу протистояти негативним економічним шокам у майбутньому та запобігати їх негативному впливу на економіку [1, с. 91-96].

Резюмуючи підходи до трактування фінансової стабільності як економічної категорії, видається доречним констатувати її як домінуючий, чинник сталості та відсутності нестабільності у фінансово-економічних відносинах. Проте таке подання стану функціонування фінансового сектора не зовсім відповідає притаманним йому ознакам, оскільки фінансовий сектор динамічний, постійно еволюціонує та перебуває у стані руху й розвитку.

Для характеристики стану фінансового сектора, на нашу думку, доцільно використовувати категорію «фінансова стійкість», адже «стійким до чого-небудь називають об'єкт, який здатний зберігати свої функціональні якості за несприятливого впливу зовнішнього середовища» [8, с. 1140].

Слушною є позиція проф. Л.М. Шаблистої, яка полягає у диференціації понять «фінансова стійкість» та «фінансова стабільність», зокрема «…«фінансова стійкість – це узагальнююча якісна характеристика фінансового стану підприємства, що відображає тенденції зміни фінансових відносин на підприємстві під впливом різноманітних внутрішніх і зовнішніх чинників. Термін «стабільність» … є ознакою сталості (постійності) руху, як динамічного процесу, що має певну швидкість, темп. Стійкість фінансового стану забезпечується усією виробничою діяльністю підприємства, тому в цьому понятті відображається не тільки стан фінансових ресурсів, а й ефективність їх використання» (табл. 2) [9, с. 47-48].

Домінантою ефективного функціонування фінансового сектора вважається вибір моделі його функціонування; ефективність регуляторних важелів впливу; наявність дієвих фінансово-кредитного та нормативно-правового механізмів забезпечення фінансової діяльності.

Основними цілями державного фінансового регулювання виступають: забезпечення стійкості фінансового сектора; вдосконалення контролю над монетарною політикою; стимулювання розвитку ринків; інвестиційна привабливість.

Макропруденційна політика вважається одним з основних шляхів забезпечення стійкого й ефективного розвитку фінансового сектора національної економіки.

Метою макропруденційного регулювання виступає прогнозування впливу коливань у фінансовому секторі на національну економіку як інструмент забезпечення сталого функціонування та розвитку держави на мікро- та макроекономічному рівнях.

Місія макропруденційного нагляду полягає у забезпеченні та підтримці фінансової стабільності, тобто зниженні або упередженні системних ризиків та спроможності фінансової системи протистояти негативним екзогенним та ендогенним чинникам.

Таблиця 1

Узагальнення та систематизація дефініції «фінансова стабільність»

Поняття	Дефініція
Стабільність фінансової системи	– це здатність фінансової системи ефективно та безперебійно виконувати власні функції, незважаючи на вплив масштабних несприятливих явищ [2]
Фінансова стабільність	– це стан фінансової системи, за якого вона здатна належно виконувати основні функції, такі як фінансове посередництво та здійснення платежів, а також протистояти кризовим явищам [3]
Фінансова стабільність	– це такий стан фінансової системи, за якого ефективно розподіляються ресурси, абсорбуються шоки та унеможливлюється їх здатність чинити руйнівний вплив на економіку [4, с. 12]
Фінансова стабільність	– це властивість фінансової системи адекватно і з мінімальними витратами змінювати основні характеристики розвитку відповідно до трансформацій економічної системи [6, с. 66]
Фінансова стабільність	– це стійкий стан фінансової системи країни, що дає змогу забезпечити безперебійне здійснення розрахунків в економіці, високий рівень довіри до фінансово-кредитних установ, відсутність надмірної волатильності фінансових ринків, ефективний розподіл фінансовий ресурсів та можливість управління фінансовими ризиками, а також запас міцності у фінансовій системі, що дає змогу протистояти негативним економічним шокам у майбутньому та запобігати їх негативному впливу на економіку [1, с. 96]
Фінансова стабільність	– це ситуація, в якій фінансова система здатна задовільно виконувати три ключові функції одночасно. По-перше, фінансова система ефективно і безупинно сприяє міжчасовому розподілу ресурсів в економіці від власників заощаджень до інвесторів і розподілу економічних ресурсів загалом. По-друге, фінансові ризики на перспективу визначаються й оцінюються з прийнятною точністю, а також відносно добре керуються. По-третє, фінансова система перебуває в такому стані, що вона без напруги, якщо небезупинно, може абсорбувати фінансові та реальні економічні непередбачувані події або шоки. Фінансова система перебуває у стані стабільності, коли вона сприяє функціонуванню економіки (а не перешкоджає йому) і розсіює фінансові дисбаланси, які виникають ендогенно або як результат значних негативних і непередбачуваних подій [6, с. 18]
Фінансова стабільність	– це відсутність нестабільності … фінансова нестабільність – це ситуація, в умовах якої функціонування економіки потенційно погіршується коливаннями цін фінансових активів або нездатністю фінансових інститутів виконувати свої договірні зобов'язання [7, с. 48]

Макропруденційна політика – це створення та застосування набору пруденційних інструментів для обмеження системних ризиків [17, с. 3]. Основним завданням макропруденційної політики виступає забезпечення стабільності фінансової системи, здатності протистояння системним ризикам, знижуючи при цьому волатильність фінансового циклу.

Макропруденційна політика не вважається панацеєю, а її ефективність залежить від результативності взаємодії з мікропруденційною політикою, грошово-кредитною політикою, фіскальною політикою та іншими сферами впливу, функціонування яких має на меті забезпечення фінансової стабільності.

Виокремлюють три базові завдання політики макропруденційного регулювання:

1) посилення стійкості фінансової системи до зовнішніх шоків завдяки створенню фінансових запобіжників;

2) обмеження в часовому вимірі впливу надмірного зростання вартості активів на зростання обсягу кредитування для запобігання підвищенню вразливості фінансової системи в часі;

3) контроль підвищення рівня вразливості всередині самої фінансової системи через перехресні зв'язки між фінансовими установами [18].

Макропруденційне регулювання повинно базуватися на засадах розсудливості та виваженості, прикладне значення яких відображено у системі Базель III [19] (зміцнення міжнародних нормативів з управління капіталом та ліквідністю для створення більш стійкого банківського сектору; поліпшення здатності банківського сектору долати наслідки фінансових та економічних криз і, таким чином, знижувати рівень ризику поширення цих проблем із фінансового в реальний сектор економіки).

Необхідність використання саме макропруденційного нагляду як методу забезпечення фінансової стабільності зумовлена тим, що пріоритетним напрямом трансформації вітчизняної фінансової системи має стати посилення сегмента фінансів, спрямованого на модернізацію та інноваційний розвиток реального сектору. Специфіка фінансування інноваційних процесів означає покриття вищих ризиків шляхом розвитку системи моніторингу системних ризиків на макрорівні, ризик-менеджменту – на макрорівні, пруденційного нагляду, системи збору та розкриття інформації [20, с. 77].

Особливістю макропруденційної політики є її процесний характер, тобто моніторинг взаємної динаміки окремих процесів у фінансовій системі [21, с. 69].

Ефективність макропруденційної політики відчуватиметься лише у разі її синергії з монетарною, грошово-кредитною, фіскальною політикою.

У світовій практиці існують три основні інституційні організаційні моделі макропруденційної політики:

1) імплементація макропруденційної політики покладена на центральний банк держави (Чехія);

2) макропруденційну політику реалізує спеціалізований автономний департамент у складі центрального банку (Великобританія);

3) проведення макропруденційної політики здійснюється окремою інституцією, при цьому обов'язковою у її складі є участь представника центрального банку даної держави, тобто відповідальність за реалізації макропруденційної політики покладена та розподілена між мікропруденційними регуляторами (США).

Забезпечення фінансової стійкості можливе через оновлення регуляторного механізму, впровадження дієвого інструментарію нагляду та впливу і методики його використання.

Зазвичай у більшості держав завдання із забезпечення фінансової стабільності покладається на центральний банк, у структурі якого виокремлюються департаменти чи підрозділи забезпечення фінансової стабільності або на органи державної влади (табл. 3).

У 1999 р. за ініціативою Міжнародного валютного фонду та Світового банку розпочалася імплементація Програми підтримки фінансового сектору (FSAP), метою якої виступає аналіз стану фінансової системи, запобігання та протидія системним ризикам на короткота середньострокову перспективу.

Моніторинг стану фінансового сектора здійснюється на основі алгоритму оцінки стану фінансової системи,

Таблиця 2

Узагальнення та систематизація дефініції «фінансова стійкість»

Поняття	Дефініція
О.В. Дзюблюк [10, с. 38]	Фінансова стійкість – це здатність банку в строк та в повній сумі відповідати за своїми зобов'язаннями
О.В. Крухмаль [11, с. 8]	Фінансова стійкість – це якісна інтегральна характеристика спроможності установи ефективно виконувати свої функції та забезпечувати цілеспрямований розвиток шляхом трансформації ресурсів та мінімізації ризиків, витримуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища
В.В. Коваленко [12, с. 8]	Фінансова стійкість – це здатність у динамічних умовах ринкового середовища протистояти дії негативних зовнішніх та внутрішніх чинників, забезпечуючи надійність збереження та повернення вкладів юридичних та фізичних осіб, захищати інтереси акціонерів та своєчасно виконувати власні зобов'язання для забезпечення фінансової безпеки держави
П.В. Каллаур [13, с. 33]	Фінансова стійкість – це властивість фінансової системи повертатися до рівноважного стану після припинення впливу, яке вивело її з цього стану
В.І. Міщенко, О.І. Кірєєв, М.М. Шаповалова [14, с. 12, 68]	Фінансова стійкість – це такий стан динамічної фінансової системи, за якого вплив будь-яких шоків на фінансову систему (чи на окремі її елементи) не заважає їй забезпечувати ефективний перерозподіл фінансових ресурсів в економіці, функціонування платіжної системи, а також абсорбцію (амортизацію) шоків
І.І. Попов [15]	Фінансова стійкість – це збалансований стан, який визначається певним трендом протягом тривалого інтервалу часу, який розглядається… Це пов'язано з тим, що фінансова система як об'єкт, що досліджується, діє в постійно змінних умовах зовнішнього середовища, але важливим є те, щоб така лінія знаходилася в певних межах
О.І. Барановський [16, с. 79]	Стійкість системи – це об'єктивне віддзеркалення статус-кво у ній з урахуванням стану збалансованості всіх її структурних елементів, що свідчить про здатність виконання нею свого функціонального призначення

Таблиця 3

Узагальнення зарубіжного досвіду координації роботи із забезпечення фінансової стабільності

Держава	Регуляторний орган	Повноваження органу забезпечення фінансової стабільності
Велико-британія	Банк Англії (Bank of England) Казначейство (Treasury) Управління фінансовими послу-гами (Financial Services Authority)	– проведення грошово-монетарної політики; – моніторинг стану платіжної системи та фінансово-розрахункових операцій; – забезпечення фінансової стабільності
Чехія	Чеський національний банк	– здійснення пруденційного нагляду та контролю; – моніторинг фінансової стабільності шляхом аналізу рівня прозорості і функціонування фінансового ринку
Польща	Народний банк Польщі	– забезпечення ефективної взаємодії між фінансовим та реальним сектором економіки; – підтримка фінансової та цінової стабільності; – контроль учасників фінансового ринку; – моніторинг фінансової стабільності.
Євро-пейський Союз	Європейська система фінансового нагляду (ESRB) + (ESFS)	– розроблення превентивних заходів щодо попередження та запобігання кризовим явищам
	Європейська Рада із системних ризиків (ESRB)	– макропруденційне регулювання та нагляд; – моніторинг ризиків, розроблення індикаторів шокових явищ; – взаємодія з фінансовими інституціями різних держав для упередження фінансової нестабільності
	Європейська система фінансових спостерігачів (ESFS)	– розроблення нормативно-правової бази щодо регулювання фінансових ринків та контроль над дотриманням; – імплементація та реалізація заходів антикризового характеру; – взаємодія з національними фінансовими регуляторами держав – членів ЄС
Сполучені Штати Америки	Рада з нагляду за фінансовою стабільністю	– провадження консолідованого нагляду за фінансовими установами; – моніторинг загроз фінансовій стабільності; – координація та вдосконалення нормативно-правової бази; – взаємозв'язок та співпраця з учасниками фінансових ринків
Китай	Агенція з координації фінансо-вого контролю	– здійснення регуляторних та наглядових функцій за монетарною та фіс-кальною політикою; – імплементація превентивних заходів щодо системних ризиків; – забезпечення макроекономічної та фінансової стабільності

Джерело: авторська розробка на основі [22, с. 135-138]

розробленого фахівцями МВФ. Відповідно до цього алгоритму, інформаційною базою аналізу виступають макро- та мікроекономічні показники й агреговані фінансові звіти базових фінансових інституцій, а результатом є побудова системи індикаторів фінансової стійкості, розроблення звіту про стан фінансової системи та формування пропозицій щодо зміцнення фінансової стабільності й упередження системних ризиків і шоків.

Для стабілізації фінансово-економічної ситуації в державі, створення конкурентоспроможної економіки ухвалено та здійснюється імплементація Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 р., головною метою якої виступає створення фінансової системи, що здатна забезпечувати сталий економічний розвиток за рахунок ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці на основі розбудови повноцінного ринкового конкурентоспроможного середовища згідно зі стандартами ЄС.

Висновки. Таким чином, забезпечення фінансової стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору в умовах трансформаційних перетворень повинне реалізовуватися шляхом удосконалення системи регулювання та нагляду; імплементації рекомендацій Basel III і Solvency II щодо платоспроможності та ліквідності учасників фінансового сектору; вироблення фінансового механізму, адекватного завданням стратегічного розвитку держави.

Список використаних джерел:

1. Пшик Б.І. Фінансова стабільність: сутність та особливості прояву / Б.І. Пшик // Вісник СевНТУ. – 2013. – Вип. 138/2013. – С. 91-96. – Серія «Економіка і фінанси».
2. Raporty o stabilności systemu finansowego. National Bank of Poland [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbp.pl/home.aspx?f=/systemfinansowy/stabilnosc. html
3. Фінансова стабільність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=32278664
4. Колобов Ю.В. Основні аспекти фінансової стабільності в сучасних умовах / Ю.В. Колобов, О.І. Петрик // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2012. – № 1(12). – С. 11-17.
5. Белінська Я.В. Фінансова стабільність: сутність та напрями забезпечення / Я.В. Белінська, В.П. Биховченко // Стратегічні пріоритети. – 2012. – № 1(22). – С. 57-67.
6. Schinasi G.J. Defining Financial Stability / G.J. Schinasi // IMF Working Paper. International Monetary Fund. – 2004. – № 187. – P. 18.
7. Crocket A. The Theory and Practice of Financial Stability / A. Crocket // GEI Newsletter issue. Global Economic Institutions. – 1997. – № 6. – P. 48.
8. Дмитриев Д.В. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д.В. Дмитриева. – М.: Астрель, 2003. – 1584 с.
9. Шаблиста Л.М. Фінансова стійкість підприємства: сутність і методи оцінки / Л.М. Шаблиста // Економіка і прогнозування. – 2006. – № 2. – С. 46-57.

10. Дзюблюк О.В. Фінансова стійкість банків як основа ефективного функціонування кредитної системи: [монографія] / О.В. Дзюблюк, Р.В. Михайлюк. – Тернопіль: Терно-граф, 2009. – 316 с.
11. Крухмаль О.В. Оцінка фінансової стійкості банків: інформаційне і методичне забезпечення: автореф. дис. … канд. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / О.В. Крухмаль. – Суми, 2007. – 20 с.
12. Коваленко В.В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: [монографія] / В.В. Коваленко. – Суми: УАБС НБУ, 2010 – 228 с.
13. Каллаур П. Концепт «финансовая стабильность» / П. Каллаур // Белорусский экономический журнал. – 2007. – № 1. – С. 25-37.
14. Організаційно-методичні підходи до запровадження НБУ системи оцінки стійкості фінансової системи: інформаційно-аналітичні матеріали / За ред. В.І. Міщенка, О.І. Кірєєва, М.М. Шаповалової. – К.: Центр наукових досліджень НБУ, 2005. – 97 с.
15. Попов І.В. Методичні підходи до визначення стабільності фінансової системи / І.В. Попов // Ефективна економіка. – 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation =1&iid=1177
16. Барановський О.І. Стійкість банківської системи України / О.І. Барановський // Фінанси України. – 2007. – № 9. – С. 78-87.
17. Петрик О.І. Основні аспекти макропруденційної політики в сучасних умовах / О.І. Петрик // Вісник НБУ. – 2013. – № 9. – С. 4-10.
18. Щодо формування макропруденційного підходу до управління фінансовою системою. Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/996/.
19. Basel III:A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems-revised version June 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bis.org/publ/bcbs189.pdf
20. Белінська Я.В. Механізм забезпечення фінансової стабільності: структура, інструменти, напрями розвитку / Я.В. Белінська, В.П. Биховченко // Стратегічні пріоритети. – 2012. – № 1(22). – С. 72-84.
21. Горбачова А.О. До питання формування пруденційної політики у контексті ризик-орієнтованого підходу / А.О. Горбачова // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби. – 2013. – № 2. – С. 63-69.
22. Науменкова С.В. Світовий досвід регулювання фінансового сектору в контексті координації монетарної та фіскальної політики / С.В. Науменкова, Б.В. Приходько // Социальная экономика. – 2013. – № 4. – С. 131-142.

Аннотация. В работе проанализированы особенности обеспечения устойчивого развития финансового сектора национальной экономики, определены пути обеспечения финансовой стабильности и динамического развития финансового сектора в трансформационных условиях, которые будут заключаться в усовершенствовании системы регулирования и надзора; внедрении рекомендаций Basel III и Solvency II по платежеспособности и ликвидности участников финансового сектора; выработке финансового механизма, адекватного заданиям стратегического развития государства.

Ключевые слова: финансовый сектор, финансовая устойчивость, финансовая стабильность, макропруденциальное регулирование.

Summary. The paper analyzes the peculiarities of ensuring the sustainable development of the financial sector of the national economy, outlines the ways of ensuring financial stability and dynamic development of the financial sector in the transformation's conditions, which will consist of improving the system of regulation and supervision; the implementation of the Basel III and Solvency II recommendations regarding solvency and liquidity of financial sector participants; development of a financial mechanism adequate to the task of strategic development of the state.

Key words: financial sector, financial stability, financial stability, macroprudential regulation.

УДК 659.126:339.138

Кармазінова В. Д.
аспірант кафедри маркетингу та реклами
Київського національного торговельно-економічного університету

Karmazinova V. D.
Graduate student of department of marketing and advertising
Kyiv national university of trade and economics

ФОРМУВАННЯ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЙ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДНИХ АГЕНТСТВ

BRAND-COMMUNICATION SYSTEM FOR MARKETING RESEARCH AGENCIES

Анотація. У статті розглянуто основні інструменти маркетингових комунікацій та їх роль і значення для брендів маркетингових дослідних агентств. Проаналізовано позиції брендів дослідних агентств та сформовано загальні висновки щодо використання маркетингової комунікаційної політики агентствами та її впливу на досягнення стратегічних цілей компаній.

Ключові слова: бренд, маркетингові комунікації, маркетингові дослідні агентства, позиціонування брендів, маркетингова комунікаційна політика.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку компанії зіткнулися з безліччю проблем, пов'язаних із процесом забезпечення життєздатності бренду на ринку, що змусило їх проводити перманентну оцінку стану розвитку бренду (позиціонування, популярність, обсяги продажів, частки на ринку, лояльність, кількості нових споживачів). Ця оцінка дає змогу оперативно вносити зміни в стратегію розвитку бренду залежно від умов та запитів ринку. Позиція бренду на ринку забезпечується всім комплексом маркетингу, але особлива роль у цьому процесі відводиться його комунікаційним елементам. Маркетингові комунікації стрімко розвиваються та модифікуються, використовуючи при цьому величезні матеріальні та технічні ресурси. Під впливом середовища, що постійно динамічно розвивається, маркетингові комунікації збагачуються новими засобами, формами та методами взаємин зі споживачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На формування концепції дослідження вплинули питання теорії маркетингових комунікацій, які розроблялися зарубіжними вченими та практиками, серед яких – М. Бернет, І. Лилик, А.В. Наумов, Л. Персі та ін. Зусиллями вітчизняних фахівців було доповнено понятійний апарат і проведено значущі дослідження питань формування маркетингових комунікацій у різних сферах діяльності.

Мета статті полягає у методичному обґрунтуванні та практичній верифікації рекомендацій щодо вибору інструментарію маркетингових комунікацій для забезпечення закріплення та розвитку позиції бренду маркетингових дослідних агентств.

Виклад основному матеріалу дослідження. Формування набору інструментарію маркетингових комунікацій включає в себе розроблення стратегічно важливих для компаній напрямів щодо структури комунікативного комплексу. Побудова системи бренд-комунікацій «споживач – агентство» засновано на маркетинговій комунікаційній політиці. Комплекс маркетингових комунікацій являє собою єдиний комплекс комунікаційних компонентів, який об'єднує учасників, канали та засоби комунікації, спрямований на встановлення та підтримку відносин між організацією та маркетинговим середовищем у рамках досягнення маркетингових цілей [1, с. 45].

У сучасному висококонкурентному ринковому середовищі найважливіше завдання підприємства – утримати споживача, спонукати його зробити повторну купівлю, стати прихильником даної компанії або бренда. Якщо для стимулювання первинних покупок здебільшого достатньо активного впливу реклами, то для реалізації довгострокових планів найбільш важливо створити позитивний імідж бренду компанії, використовуючи систему маркетингових комунікацій. На нашу думку, сформований бренд агентства дає змогу споживачу та підприємству отримати певні вигоди, а саме:

- знизити витрати на вибір певного маркетингового дослідного агентства;
- виділити агентство серед конкурентів, наділити його унікальною товарною пропозицією;
- сформувати в уявленні споживача певний рівень обслуговування та сервісу;
- знизити ризики невдалої покупки;
- за рахунок додаткової цінності знизити рівень чутливості споживача до цінового діапазону агентства.

Для розроблення маркетингової комунікаційної політики агентства необхідно проаналізувати наявний рівень використання інструментарію комунікацій та їх напрямів впливу.

Попередні дослідження дали змогу виділити лідерів ринку маркетингових досліджень, що охоплюють більшу частку. До них належать компанії: GfK Ukraine, UMG та KANTAR TNS, ACNielsen Ukraine, Research & Branding, Millward Brown A/R/M/I – Marketing. Для аналізу маркетингової комунікаційної політики було вибрано агентства, що активно використовують інструменти маркетингу. Основою для дослідження використовуваних видів маркетингових комунікацій є аналіз позиціонування компанії та обробка даних, отриманих у процесі дослідження, щодо власної політики маркетингових комунікацій.

Дослідні компанії з великим досвідом роботи на міжнародних ринках максимально інвестують свої ресурси в розроблення власних методик, сервісів, інструментів досліджень, що виділяє їх поміж конкурентів, та пропонують новації у сфері маркетингових досліджень. Маркетингові дослідні агентства характеризують не лише за

загальними критеріями (розміром, масштабами діяльності, кількістю персоналу та ін.), але й залежно від набору інструментарію та напрямів досліджень. Тобто міжнародні компанії мають більше переваг та можливостей для проведення досліджень, що збільшують попит на їх послуги, на відміну від невеликих агентств, які є вузькоспеціалізованими та займаються дослідженнями певного сектору. Кожна з визначених попередньо компаній використовує власні сервіси та інструменти, що є власністю агентств та окремою торговельною маркою.

Аналіз методів та інструментів комунікаційної політики, що використовується кожною з конкуруючих груп, дає змогу розробити рекомендації щодо можливостей та потреб агентства.

Серед підприємств більшість наділяє комунікаційні звернення опису послуг, але не можливостей, що отримує споживач. Зміст комунікаційного звернення безпосередньо закладений у стратегічних цілях маркетингової комунікаційної політики агентства.

Цілі відображають бажані результати та взаємопов'язані з напрямами їх вирішення. Так, більшість респондентів обрала, що основними стратегічними цілями для компанії є формування попиту та залучення нових клієнтів (рис. 1).

Рис. 1. Основні стратегічні цілі комунікаційної політики маркетингових дослідних агентств (складено за результатами дослідження)

Маркетингові дослідні агентства, розподіляючи виділені ресурси, витрачають частку з них на залучення нових споживачів, при цьому не створюючи для клієнта перспективних вигідних умов співпраці (програм лояльності). Це свідчить про те, що витрачені кошти найчастіше не виправдовують результати, оскільки, залучивши нових клієнтів, отримавши замовлення та виконавши його, компанії не обирають як пріоритет формування та стимулювання лояльності, що надасть більше вірогідності повторного замовлення від одного клієнта. Стратегічна ціль підвищення рівня обізнаності клієнтів про бренд займає одне з останніх позицій серед інтересів керівництва. Однак компанії повинні звернути увагу на ресурси, якими вони володіють, сформувавши та розробивши архітектуру брендів агентства, що дасть можливість зменшити фінансові витрати та отримати додаткові переваги.

Позитивної тенденцією є те, що агентства не просто використовують інструменти маркетингової комунікаційної політики, а й оцінюють її ефективність, використовуючи низку показників: частку ринку, лояльність споживачів, чистий прибуток, обсяг продажів, кількість залучених клієнтів, валовий прибуток. Кожен із цих показників у співвідношенні з попередніми періодами демонструє певні позитивні або негативні зміни.

З погляду вимірюваних одиниць ефективності комунікацій дослідні компанії не використовують широковживані методики, а власними силами та примітивними показниками визначать ефективність та лояльність споживачів до агентства (рис. 2).

Рис. 2. Основні методи, що використовуються дослідними агентствами для вимірювання лояльності споживачів (складено за результатами дослідження)

Парадоксальним у цьому разі є те, що за наявності технологій та можливостей лише одна компанія одноразово, як експеримент, досліджувала лояльність споживачів та ефективність комунікаційних звернень.

Більшість агентств не виділяє лояльність споживачів як окремий необхідний для дослідження критерій. Переважно компанії розраховують цей показник за допомогою суми повторних звернень (51) та співвідношення між наявними та новими клієнтами (24). Ці способи виміру мають право існувати, але компанії таких масштабів та технологічних можливостей не повинні діяти як примітивні маленькі підприємства, що переважно мають єдиноразові контакти зі споживачем.

Специфіка ринку маркетингових досліджень передбачає використання обмеженої кількості видів маркетингових комунікацій. Під час вибору комунікаційних заходів компанії враховують значну кількість факторів серед яких: цільова аудиторія, мета, витрати, спеціалізація, цілі, які повинні бути досягнуто, та ін.

На практиці неодноразово доводилося, що компанії, які працюють на ринку B2B, зазвичай не використовують найпоширеніші види комунікацій (рекламу, друковану рекламу, внутрішню та зовнішню), пов'язано це з низькою вірогідністю, що потенційний клієнт побачить її чи виокремить для себе переваги та вигоди співпраці. Комплекс маркетингових заходів складається з реклами, стимулювання збуту, особистих продажів, взаємин із громадськістю. Причому в кожного з них є свої особливості: реклама – комунікація з найбільш широким охопленням, особистий продаж – найефективніший, але найдорожче – засіб реклами.

Основними з використовуваних видів є прямий маркетинг, що забезпечує безпосередній зв'язок між клієнтом та компанією, Product placement, найчастіше компанії з такою спеціалізацією проводять конференції, семінари або публікують статті за відповідною тематикою, що допомагають агентствам створювати міцні професійні взаємовідносини. Кожен із цих видів створює додаткові можливості та переваги для компаній.

Основним джерелом успішної угоди, на думку агентств, є безпосередньо особисті зустрічі з керівниками майбутніх проектів, які в змозі максимально переконати клієнта в професіоналізмі компанії та майбутніх перевагах. Під час особистої зустрічі встановлюється зоровий, емоційний та інші контакти, які мають більший вплив на співрозмовника, ніж примітивні, беземоційні рекламні звернення. Також у галузі професійних трудомістких технологічних послуг попередній досвід співпраці є ключовим, оскільки формує вже готову цілісну картину вражень. Так, рекомендації клієнтів компанії викликатимуть

довіру потенційних, якщо вони є правдиві та інформативні. Згідно з результатами, реклама має найменший вплив, що пов'язано з обмеженими можливостями її проникнення у цій сфері діяльності.

Розроблення комплексу маркетингових комунікацій полягає у визначенні цілей, бюджету, вибору поєднання необхідних засобів комунікації (рис. 3) виходячи з їхньої вартості, виду рекламованої продукції, з їхніх переваг та недоліків. Особисті зустрічі з керівниками проектів є одним із видів комунікацій, а саме прямого маркетингу.

Рис. 3. Види маркетингових комунікацій, які використовуються дослідними агентствами (складено за результатами власного дослідження)

Кожен вид комунікацій має окремий вплив на досягнення стратегічних цілей агентства (рис. 4). До прямого маркетингу належать прямі продажі, телефонні продажі та електрона розсилка. Прямі продажі – найефективніший та найдорожчий спосіб збільшити прибуток усього бізнесу та окремих людей, які працюють у ньому. Використовувані заходи допоможуть агентствам продавати більше, частіше та якісніше. Задоволені клієнти будуть приносити більший прибуток, а робота буде приносити задоволення.

Рис. 4. Комунікаційні заходи (прямий маркетинг) залежно від їх впливу на досягнення стратегічних цілей (складено за результатами дослідження)

Особистий контакт найбільше впливає на формування попиту та, як наслідок, стимулювання продажів. При цьому телефонні продажі ефективні у разі інформування клієнтів про агентство чи послуги, тим самим мотивуючи їх. Електронні листи вже не мають такої популярності в компаніях, але в окремих випадках є одним із варіантів нагадування про себе, що допомагає формувати позитивний імідж компанії.

Кожен із цих заходів має свої вплив та ефект на клієнта, але й кожен із них має свій фінансовий вимір. Серед усіх обраних видів маркетингових комунікацій прямий маркетинг є найбільш витратним та повинен бути контрольованим та оціненим.

Для збільшення ефективності прямих продажів дослідних послуг у B2B-сегменті необхідно забезпечити високий рівень професіоналізму менеджерів та керівників проектів як у сфері техніки продажів, так і в знанні послуг, що пропонуються. Фахівець повинен не тільки вміти зробити вигідну та унікальну пропозицію, а й довести угоду до логічного завершення.

Другим із використовуваних дослідними компаніями видів маркетингових комунікацій є стимулювання збуту, до якого прийнято відносити програми лояльності, мотивацію персоналу та продажі під час безпосередньої співпраці.

Рис. 5. Маркетингові комунікаційні заходи (стимулювання збуту) залежно від впливу на досягнення стратегічних цілей маркетингових дослідних агентств (складено за результатами дослідження)

Стимулювання збуту (рис. 5) становить 30% від загальної кількості використовуваних засобів комунікаційної політики та, на думку агентств, найефективніше впливає на формування попиту та стимулювання продажів, тоді як мотивація персоналу майже відсутня та не належить до маркетингових комунікаційних заходів, а скоріше є функцією менеджменту.

У дослідженні таких видів реклами, як медіа, мобільна, друкована, зовнішня та внутрішня реклами, на нашу думку, немає необхідності, оскільки ці заходи маркетингових комунікацій мають низьку вірогідність впливу на визначену цільову аудиторію дослідних агентств.

Висновки. Розглянуті основні засоби маркетингових комунікацій дають змогу зробити висновок про їх широку різноманітність, характер впливу на цільову аудиторію, значну диференціацію вартості комунікативних заходів. Залучення того чи іншого засобу в арсенал підприємницької діяльності, формування їх оптимального поєднання є одним із найскладніших завдань дослідних агентств. Останнім часом витрати на маркетингові комунікації виходять на одну з перших позицій у кошторисі витрат. Однак ще більш важливо те, що недостатня ефективність комунікацій агентства тягне за собою недоотримання набагато більших порівняно із цими витратами обсягів прибутку, навіть за відмінної цінової та збутової політики.

Окремі засоби маркетингових комунікацій, як уже зазначалося, з різною ефективністю вирішують поставлені перед дослідною компанією різнопланові комунікативні завдання та стратегічні цілі загалом. Застосування того чи іншого засобу комунікаційної суміші багато в чому залежить від конкретної ринкової ситуації, від характеристик компаній та поставлених цілей.

Список використаних джерел:

1. Наумов А.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи: в 2-х ч. Ч. 2. Личные продажи / А.В. Наумова. – Новосибирск: СибУПК, 2007. – 126 с.
2. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uam.in.ua/rus/standarts/.
3. Лилик І. Ринок маркетингових досліджень в Україні 2014 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ / І. Лилик // Маркетинг в Україні – 2015. – № 1. – С. 4-26.

Аннотация. В статье рассмотрены основные инструменты маркетинговых коммуникаций, их роль и значение для брендов маркетинговых исследовательских агентств. Проанализированы позиции брендов исследовательских агентств, а также сформированы общие выводы относительно использования маркетинговой коммуникационной политики агентствами и ее влияния на достижение стратегических целей компаний.

Ключевые слова: бренд, маркетинговые коммуникации, маркетинговые исследовательские агентства, позиционирование брендов, маркетинговая коммуникационная политика.

Summary. The article examines the basic tools of marketing communications and their role and importance for brands of marketing research agencies. The article analyzes the positioning of research agency brands according and generates general conclusions regarding the use of marketing communications policy by agencies and their influence on the achievement of strategic goals of companies.

Key words: brand, marketing communications, marketing research agencies, brand positioning, marketing communication policy.

УДК 004

Карпова Т. О.
аспірант
Хмельницького національного університету

Karpova T. O.
Postgraduate
Khmelnytsky National University

ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

LIFE CYCLE OF THE INFORMATION SYSTEM AND ITS INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

Анотація. У статті розглянуто основні характеристики етапів життєвого циклу інформаційної системи відповідно до закону зменшуваної ефективності еволюційного удосконалення систем. Зазначено особливості об'єктів та суб'єктів ІС та проаналізовано види рішень, які забезпечують якісний розвиток як кожного етапу ЖЦ, так і ІС загалом. Графічно зображено життєвий цикл інформаційної системи та наведено основні фактори і чинники, які зумовлюють його ефективне функціонування.

Ключові слова: інформаційна система, життєвий цикл інформаційної системи, етапи життєвого циклу інформаційної системи, моніторинг, ІТ-аудит.

Постановка проблеми. Сьогодні інформаційні системи стають одним із головних засобів ефективного, конкурентоспроможного функціонування підприємств та являють собою складну систему різноманітних інформаційних, програмних, технічних, людських та інших видів ресурсів. За таких умов важливого значення набувають дослідження, пов'язані з оцінкою економічної ефективності їхньої діяльності та способами і методами її визначення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми впровадження і використання інформаційних систем та методи оцінки ефективності їхньої діяльності розглянуто у працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених, зокрема А.М. Берези, Є.Є. Бізянова, К.Г. Скрипкіна, Н.І. Бузак, В.В. Ковальчук, Л.В. Ємчук, П. Страссмана, С. Девераджа, Р. Кохлі та інших науковців. Однак недостатня увага приділяється розгляду методів оцінки економічної ефективності ІС залежно від особливостей етапів її життєвого циклу.

Метою статті є аналіз етапів ЖЦ ІС та визначення основних особливостей, які сприяють їх ефективному функціонуванню.

Виклад основного матеріалу. Створення та впровадження ІС є тривалим та трудомістким процесом підготовки рішень, розроблення відповідної документації з усіх питань, пов'язаних із реєстрацією, передаванням, обробкою та використанням даних, у якому на різних стадіях

і етапах беруть участь спеціалісти різних спеціальностей та кваліфікації. Послідовність цих стадій та етапів, яким притаманні свої особливості та характеристики, і становить життєвий цикл інформаційної системи (ЖЦ ІС).

Отже, життєвий цикл інформаційної системи – це сукупність стадій та етапів, які проходить інформаційна система в своєму розвитку від моменту прийняття рішення про початок удосконалення системи управління до моменту, коли інформаційна система припиняє своє існування (перестає функціонувати) [1, с. 23].

Кожний етап, який проходить ІС у результаті своєї діяльності та розвитку, визначається складом і послідовністю виконуваних робіт, отриманих результатів, методами і засобами, необхідними для виконання робіт, призначенням та відповідальністю працівників, тобто кожний етап має свої особливості, характеристики та чинники, які забезпечують його ефективну діяльність та створюють умови для переходу на інші етапи. Такий формальний опис ЖЦ ІС забезпечує оцінку необхідних трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, затрат часу; контроль комплексу робіт із прогнозуванням і запобіганням можливих зривів під час виконання робіт; ефективне управління за чіткого розподілу відповідальності між керівниками різних рівнів і виконавцями робіт; оцінку якості та ефективності інформаційної системи стосовно певних критеріїв.

Розглянемо розвиток життєвого циклу інформаційної системи (ЖЦ ІС) відповідно до закону зменшуваної ефективності еволюційного удосконалення систем [2, с. 151; 3]. Відповідно до цього закону зв'язок між затратами, які пов'язані із процесом впровадження та використання ІС, та результатами, які одержані від вкладених коштів, відображаються S-подібними кривими розвитку. Цей підхід базується на об'єктивному законі розвитку систем та є загальним і для технічних систем, і для товарів, послуг, секторів ринку, технологій тощо.

За допомогою схематичного зображення ЖЦ ІС, що містить інформацію про витрати на ІС по осі абсцис та результати (прибуток) по осі ординат, проаналізуємо розвиток інформаційної системи, визначимо основні особливості, характеристики, рішення, які приймаються у сфері управління ІС на кожному етапі, та причини їх настання (рис. 1).

На графіку чітко простежуються етапи ЖЦ ІС: етап планування ІС, упровадження і використання та етап занепаду ІС.

Розглянемо кожний етап детальніше. Перший етап – ***етап планування*** (від моменту виникнення необхідності у придбанні ІС до її впровадження на підприємстві). На цьому етапі проводиться аналіз, дослідження економічного об'єкта та обґрунтування необхідності впровадження ІС; виявляються проблеми, які можуть бути вирішені за допомогою ІС; встановлюються вимоги, виконання яких має забезпечити інформаційна інфраструктура, та проводиться попередня оцінка ефективності діяльності ІС. Крім того, як зазначає автор Н.С. Редькіна, «не можна очікувати ефективної роботи від непідготовлених співробітників. Як наслідок, різко падає ефективність нової ІТ» [4, с. 51]. Тому цей етап має обов'язково супроводжуватися навчанням та інформуванням кінцевих користувачів про роботу з новою ІС. Це дасть змогу не лише безболісно перейти на нові технології, а й звести простої, пов'язані з освоєнням ІС, до мінімуму.

Варто також зазначити, що на кожному етапі ЖЦ ІС виникає необхідність прийняття рішень у сфері управління ІС. За визначенням М.П. Войнаренка, «процес прийняття управлінського рішення є сукупністю дій суб'єкта управління, що починається з моменту виникнення проблемної ситуації і завершується реалізацією певних заходів щодо усунення цієї ситуації» [5].

Для ефективного розвитку ІС та її позитивного впливу на діяльність підприємства потрібно приймати такі управлінські рішення, як:

– визначення функціональних параметрів технічного та програмного забезпечення;

– формування власного ІТ-підрозділу чи ІТ-аутсорсинг;

– рішення, пов'язане з вибором готової чи самостійно розробленої інформаційної системи;

– використання хмарних технологій.

Так, під час визначення функціональних параметрів програмного та технічного забезпечення, щоб запобігти зайвим витратам, увагу варто звернути на деталізацію робочих функцій персоналу. Насамперед потрібно проаналізувати індивідуальні вимоги до технічного та програмного забезпечення співробітників різних категорій та вартість простоїв, пов'язаних із некоректною роботою цих співробітників.

Щодо рішення про формування власного ІТ-підрозділу чи ІТ-аутсорсинг, то, звісно, переваги ІТ-аутсорсингу порівняно зі створенням власного ІТ-підрозділу очевидні. ІТ-аутсорсинг дасть змогу зменшити витрати на обслуговування ІТ-інфраструктури, зосередитися на власному бізнесі, знизити навантаження на персонал підприємства та збільшити ефективність ІТ-процесів за рахунок залучення до вирішення ІТ-задач кваліфікованих фахівців. До того ж, порівнюючи витрати на розвиток ІС власним ІТ-підрозділом та на її аутсорсинг, автори [6] дійшли висновку, що використання ІТ-аутсорсингу забезпечує розвиток ІС та значну економію коштів. Крім того, вирішення цього питання залежить не лише від економічних розрахунків, а й від розмірів підприємства та обсягу його внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків.

Інше рішення пов'язане з вибором готової чи самостійно розробленої інформаційної системи. Так, доцільність самостійного розроблення виправдана у разі унікальності процесу, який підлягає автоматизації; за нестачі фінансових ресурсів та за відсутності на ринку необхідної

Рис. 1. Життєвий цикл ІС

системи. До того ж, самостійно розроблена система буде повністю відповідати поточним потребам підприємства, та поруч із цим виникає залежність від ІТ-працівника, який її розробив. У разі його звільнення можуть виникнути проблеми, пов'язані з її модифікацією. Вибір варіанту придбання готової ІС також має свої переваги та недоліки. Основною перевагою є підтримка і відновлення версій. Та й не останню роль у якісній роботі ІС відіграє відповідність українським і міжнародним стандартам, яка вже врахована у готовій ІС. Однак у цьому варіанті, як і у варіанті самостійного розроблення, до недоліків можна віднести високу вартість готових систем і залежність від виробника.

Сьогодні дедалі більшої популярності набирають методи обробки та збереження інформації, які не потребують придбання ПК великої потужності та встановлення програмного забезпечення і його системного оновлення. Йдеться про хмарні обчислення, які передбачають віддалену обробку та зберігання даних за умови підключення до Інтернету. Основними економічними та організаційними перевагами користування такими послугами є можливість не купувати потужне обладнання та не дбати про його амортизацію або утилізацію; економити на дорогому програмному забезпеченні та на оренді сервісів, ресурсів; необмежений обсяг збереження даних; доступність з різних пристроїв і відсутня прив'язка до робочого місця та ін. Тобто цей сервіс є доступним та зручним для користувача. Проте, незважаючи на очевидні переваги, у використанні хмарних технологій існує і низка недоліків. Основні претензії пов'язані з безпекою інформації, адже спосіб зберігання особистих даних на віддаленому сервері не здається надійним. Іншими причинами, що стримують розвиток хмарних технологій, є недостатня довіра споживачів хмарних послуг; відсутність надійних центрів обробки даних та залежність від компанії, яка надає послуги.

Етап упровадження та експлуатації ІС. На цьому етапі відбувається поетапне впровадження інформаційної системи в експлуатацію, налагодження систем і підсистем ІС, навчання і підготовка персоналу, аналіз функціонування ІС, виправлення помилок та формування вимог до модернізації ІС і їх виконання. Також цей етап характеризується як великими витратами підприємства на її впровадження, так і появою перших результатів (ефектів). Так, першими є технологічні ефекти, суть яких полягає в автоматизації окремих операцій, а підприємницькі ефекти, які полягають в автоматизації бізнес-процесів та становлять для організації більшу цінність, проявляються лише у довгостроковій перспективі (зі значним часовим лагом). Наприклад, у зростанні вартості акцій підприємства, зміцненні конкурентоспроможності, розширенні ринку збуту товарів тощо.

Ще однією важливою характеристикою цього етапу є можливість виявлення моменту переходу на технологію нового покоління. Технологія нового покоління зазвичай не буває принципово новою, однак вона може мати новий пакет атрибутів, додатків чи функцій, що дасть змогу удосконалити ІС, тим самим покращити її вплив на діяльність та прибуток підприємства.

Рішення, які приймаються у сфері управління ІС, на цьому етапі ЖЦ пов'язані насамперед із:

– інвестиціями в оптимізацію процесів поточного функціонування ІС (навчання ІТ-персоналу та кінцевих користувачів, забезпечення пропускної здатності мережевих систем, безпеку ІС (захист даних ІС) та розвиток сайту).

– визначенням регулярності проведення ІТ-аудиту та моніторингу як основних методів та способів оцінки і контролю ключових показників ефективної роботи ІС.

Інвестиції в навчання ІТ-персоналу. Швидкі зміни в розвитку бізнесу, а також підвищення складності технологічних рішень, що їх використовує підприємство, потребують більш високого рівня кваліфікації, компетентності та знань персоналу. Навчання фахівців, що реалізують і впроваджують ІС, дасть змогу забезпечити ефективність і якість її роботи. Контроль за такими показниками, як рівень задоволеності сторін-учасників досвідом та професійним навичками ІТ-персоналу, рівень відтоку кадрів, задіяних у сфері ІТ, та відсоток ІТ-спеціалістів, сертифікованих відповідно до вимог їхніх посадових інструкцій, дасть змогу не лише аналізувати ефективність їхньої роботи, а й проводити навчання та набір ІТ-персоналу для виконання тактичних (поточних) планів розвитку ІС і мінімізувати ризики, пов'язані із залежністю від ключових ІТ-спеціалістів.

Мережеве устаткування ІС. Головною метою ІС є надання своєчасної та достовірної інформації для прийняття управлінських рішень. Несвоєчасне отримання інформації може привести до негативних наслідків для діяльності підприємства, тому мережне устаткування ІС також потребує інвестицій у свій розвиток. Прийняття рішення має базуватися на результатах моніторингу за показниками пропускної здатності каналів зв'язку, як внутрішніх так і зовнішніх (доступ до Інтернету), та виявлення невідповідності поточним потребам підприємства і сучасним умовам. До того ж, зручне користування послугами хмарних обчислень та якісні результати на їх основі значно залежать від високоякісного Інтернету з великою пропускною здатністю. «Наявність хмарних технологій, – зазначає К. Дремач, – передбачає можливість доступу до них за наявності Інтернет-з'єднання. Якщо у користувача немає доступу в Інтернет, то в 99% ситуацій він не зможе працювати» [7].

Безпека даних ІС. Важливе значення для ефективної роботи підприємства має безпека даних інформаційної системи. Організація захисту інформації реалізовується комплексом заходів, спрямованих на забезпечення захищеності інформації від несанкціонованого доступу, використання, оприлюднення, руйнування, внесення змін, ознайомлення, перевірки, запису чи знищення. Комплекс заходів представлений методами і механізмами захисту, які включають у себе процедурні, програмні та апаратні способи організації захисту. Організацію ефективного захисту даних інформаційної системи забезпечить моніторинг системи «для того, щоб виявляти відхилення від політики управління доступом і записувати контрольовані події. Моніторинг доступу в системі забезпечить контроль інцидентів та виявлення порушників» [8].

Розвиток веб-сайту. Сьогодні веб-сайт як засіб обміну інформацією та оптимізації роботи з клієнтами створює також широкі можливості для підтримки і розвитку підприємства. Ефективна система аналізу, оцінки та контролю за показниками, які характеризують діяльність веб-сайту, сприятиме збільшенню обсягів реалізації продукції/послуг за рахунок утримання старих та залучення нових клієнтів.

Етап занепаду ІС. Цей етап характеризується невідповідністю визначених показників ефективної діяльності ІС як поточним потребам і бізнес-цілям підприємства, так і вимогам сучасності. Однією із причин настання цього етапу є невеликий термін корисного використання ІТ через їх швидке моральне старіння. Удосконалення управління будь-яким об'єктом, як зазначає Н.І. Бузак, безпосередньо залежить від організації ефективної системи контролю [9]. Тож надійним способом попередження настання цього етапу має стати

правильне та ефективне проведення ІТ-аудиту і моніторингу показників ефективної діяльності ІС, визначених на попередніх етапах. Якщо ж у процесі зазначених способів оцінки та контролю показників результати дають змогу дійти висновків про ефективність ІС, тобто обрані показники відповідають встановленим вимогам та поточним потребам, то ці дії повторюються згідно зі встановленою регулярністю проведення. У протилежному разі варто визначити фактори і причини, які привели до негативної зміни показників, детально проаналізувати причинно-наслідкові зв'язки і вжити заходів щодо їх виправлення. Такими причинами можуть бути невчасне оновлення програмного забезпечення, модернізація апаратної частини (обладнання), недостатня пропускна здатність мережевих систем тощо. Тож на етапі занепаду ІС прийняття рішень ґрунтується на результатах моніторингу та висновках і рекомендаціях ІТ-аудиту. На їх основі керівники можуть приймати такі рішення, як заміна існуючої ІС, модернізація окремих складників, відмова від запровадження змін у разі відповідності ІС потребам бізнесу та вимогам сучасності та у зв'язку з відсутністю коштів або ж неготовністю керівництва до серйозних змін.

Отже, моніторинг та ІТ-аудит дадуть можливість передбачити етап занепаду ІС, виявити небажані події та вжити коригувальних заходів щодо їх виправлення. Тобто момент настання цього етапу можна вважати точкою біфуркації, після настання якої ІС може перейти на більш високий рівень впорядкованості, а може і повністю припинити своє існування (рис. 2).

Варто також зазначити, що кожний етап життєвого циклу ІС характеризується станом об'єктів та суб'єктів, яким притаманні визначені умови функціонування (табл. 1).

Отже, проаналізувавши етапи ЖЦ ІС, узагальнимо їх основні особливості, рішення, які забезпечують ефективну роботу ІС, та причини настання (табл. 2).

Висновки. Отже, аналіз життєвого циклу інформаційної системи відповідно до закону еволюційного удосконалення систем дав змогу визначити основні особливості та характеристики кожного етапу ЖЦ та причини їх настання. А зазначені способи оцінки та контролю діяльності ІС (моніторинг та ІТ-аудит) саме на кожному етапі її ЖЦ дадуть змогу ефективно впровадити інформаційну систему та результативно її використовувати, що матиме позитивний вплив на діяльність підприємства.

Рис. 2. Точка біфуркації та основні характеристики етапів життєвого циклу ІС

Таблиця 1

Особливості об'єктів та суб'єктів ІС на відповідних етапах її ЖЦ

Об'єкти / Суб'єкти	Етапи		
	Планування	**Впровадження та використання**	**Занепаду ІС**
Користувачі	Персонал, який займається дослідженням економічного об'єкта та обґрунтуванням необхідності впровадження ІС	Фахівці ІТ-підрозділу, які займаються навчанням користувачів та розвитком ІС	Несистемне використання інформаційної системи користувачами
Технічне забезпечення	Невелика кількість апаратного обладнання у деяких функціональних підрозділах підприємства	Зростання кількості комп'ютеризованих робочих місць, ІС упроваджена на всіх ПК підприємства	Технічні параметри комп'ютерної техніки та периферійних пристроїв не відповідають поточним потребам підприємства та вимогам сучасності
Програмне забезпечення	Невелика кількість спеціалізованого програмного забезпечення, можливості якого не використовуються повною мірою	Зростання кількості спеціалізованого програмного забезпечення, широке використання ІС у всіх підрозділах	Функціональні характеристики програмного забезпечення не відповідають поточним потребам підприємства та вимогам сучасності
Витрати на ІС	Формування та контролювання ІТ-бюджету, пошук шляхів скорочення витрат	Витрати зростають, розраховується ефективність витрат на ІС та віддача від її використання	Недостатні для повноцінного функціонування ІС
Обробки і збереження інформації	Використання ПК для формування документації, математичних обчислень	Поширюються автоматизовані методи обробки інформації, усвідомлюється потреба створення БД	Обробка інформаційних потоків підприємства відбувається неефективно
Ключові процеси ІС	Формування документації за допомогою ПК, часткова автоматизація інформаційних процесів	Автоматизація інформаційних процесів діяльності підприємства, удосконалення процесів збору, обробки і поширення інформації та підвищення їх якості	Автоматизація інформаційних процесів діяльності підприємства не відбувається належним чином

Таблиця 2

Загальні характеристики етапів життєвого циклу інформаційної системи

Характеристика	Етап		
	Планування	**Впровадження та використання ІС**	**Занепаду ІС**
Основні особливості етапу	Аналіз та дослідження економічного об'єкта; обґрунтування доцільності впровадження ІС; виявлення проблем, які можуть бути вирішенні за допомогою ІС; встановлення вимог, виконання яких має забезпечити інформаційна інфраструктура	Поетапне впровадження інформаційної системи в експлуатацію; налагодження систем і підсистем ІС; навчання і підготовка персоналу; аналіз функціонування ІС, виправлення помилок та формування вимог до модернізації ІС і їх виконання	Невідповідність визначених показників ефективної діяльності ІС як бізнес-цілям підприємства, так і вимогам сучасності
Рішення, які приймаються на цьому етапі	Визначення функціональних параметрів технічного та програмного забезпечення; формування власного ІТ-підрозділу чи ІТ-аутсорсинг; рішення, пов'язане з вибором готової чи самостійно розробленої інформаційної системи; використання хмарних технологій	Встановлення регулярності проведення ІТ-аудиту; прийняття рішень щодо інвестицій у: – навчання ІТ-персоналу та кінцевих користувачів; – забезпечення пропускної здатності мережевих систем; – безпеку ІС; – розвиток сайту	Модернізація інформаційної системи чи її заміна
Причини настання етапу	Потреба в автоматизації інформаційних потоків; усвідомлення потреби створення БД	Удосконалення ІС	Невеликий термін корисного використання ІТ із-за їх швидкого морального старіння; невчасне оновлення програмного забезпечення, модернізація апаратної частини, недостатня пропускна здатність мережевих систем

Список використаних джерел:

1. Береза А.М. Основи створення інформаційних систем // К.: КНЕУ. – 2001. – 205 с.
2. Дробишева О.О. Кризові фактори та необхідність управління життєвим циклом підприємства / О.О. Дробишева // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. тр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ», 2009. – № 34. – С. 149-159.
3. Ложачевська О.М., Горбачова О.М., Періодизація етапів життєвого циклу розвитку аеропортів України відповідно до специфіки їх діяльності / О.М Ложачевська // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. – № 4. – Режим доступу: http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/4399. pdf
4. Редькина Н.С. Внедрение информационных технологий в библиотеках с учетом оценки их эффективности //Библиосфера. – 2011. – №. 1. – С. 51.
5. Войнаренко М.П. Управління матеріально-технічним забезпеченням (менеджмент постачально-збутових процесів): навч. Посіб. / М.П. Войнаренко – Хмельницький: ЗДУ, 2003. – 111 с.
6. Лисенко Ю.Г., Бізянов Є.Є. Модель ефективності ІТ-аутсорсингу в контексті розвитку інформаційних систем економічних об'єктів // Проблеми економіки. – 2013. – №. 2. – С. 190-195.
7. Дремач К. Облачные сервисы: основное препятствие – недоверие к поставщику услуги [Электронный ресурс] / К. Дремач // «Технологии и средства связи» № 5, 2011. – Режим доступу: http://www.tssonline.ru/articles2/focus/oblachnie-servisi-osnovnoe-prepyatstvie- nedoverie-k-postavshiky-yslygi
8. Чунарьова А.В., Чунарьов А.В. Сучасні методи аудиту інформаційно-комунікаційних систем та мереж http://www.rusnauka.com/27_NII_2010/Informatica/71917.doc. htm
9. Бузак Н.І. Облік і контроль затрат на впровадження сучасних інформаційних технологій: дис. – К.: автореф. дис. … к. е. н.: спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності) / Н.І. Бузак, 2009.

Аннотация. В статье рассмотрены основные характеристики этапов жизненного цикла информационной системы в соответствии с законом уменьшающейся эффективности эволюционного совершенствования систем. Указаны особенности объектов и субъектов ИС и проанализированы виды решений, которые обеспечивают качественное развитие как каждого этапа ЖЦ, так и ИС в целом. Графически изображен жизненный цикл информационной системы и приведены основные факторы, которые обусловливают его эффективное функционирование.

Ключевые слова: информационная система, жизненный цикл информационной системы, этапы жизненного цикла информационной системы, мониторинг, ИТ-аудит.

Summary. In this work, the main characteristics of the life cycle stages of the information system are considered in accordance with the law of diminishing efficiency of evolutionary improvement of systems. The features of the objects and subjects of the information system are pointed out and types of decisions are analyzed, which ensure qualitative development of each stage of the life cycle and the information system as a whole. Graphically depicts the life cycle of the information system and presents the main factors that determine its effective functioning.

Key words: information system, life cycle of the information system, stages of the life cycle of the information system, monitoring, IT audit.

УДК 330.341.1

Касич А. О.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту
Київського національного університету технологій та дизайну

Сидоренко А. М.
магістрантка кафедри менеджменту
Київського національного університету технологій та дизайну

Kasych A. O.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Management Department
Kyiv National University of Technologies and Design

Sydorenko A. M.
Master's student of Management Department
Kyiv National University of Technologies and Design

ПЕРСПЕКТИВИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

PERSPECTIVES OF ACTIVATION OF INNOVATIVE ACTIVITIES ON LOGISTICS ENTERPRISES

Анотація. У статті розглянуто особливості застосування та розвитку інновацій на логістичних підприємствах у сучасних умовах. Досліджено вплив інновацій на ефективність функціонування логістичних підприємств. Інновації відіграють ключову роль у наданні якісних послуг підприємствами. Знаходження та запровадження інновацій дає змогу забезпечити стійкий розвиток підприємства та закріпити його конкурентні позиції на ринку. Доведено необхідність застосування інновацій у діяльності логістичних підприємств, проведено порівняння переваг основних сфер формування інновацій.

Ключові слова: логістика, конкуренція, логістичні підприємства, інновації, інноваційна діяльність, обслуговування.

Постановка проблеми. В умовах нестабільного середовища та загострення конкуренції серед логістичних підприємств їх розвиток залежить від постійного пошуку та впровадження нових ідей, технологій, методів постачання та обслуговування. Для того щоб досягти конкурентних переваг у витратах, у часі обслуговування та в доданій вартості для клієнта, логістичні підприємства повинні використовувати новітні технології та інновації, що є необхідним для економії ресурсів та виключення додаткових, непродуктивних витрат.

Інноваційна активність українських підприємств загалом залишається на низькому рівні: переважають продуктові, а не технологічні інновації; низьким залишається і рівень фінансування інноваційної діяльності. Відповідно, завдання підвищення інноваційної активності залишаються важливим науково-практичним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми інноваційного розвитку українські вчені досліджують як на макрорівні – з позиції умов, необхідних для формування національної інноваційної системи [6-8], так і мікрорівні – з позицій активізації всіх форм інноваційної діяльності безпосередньо підприємств у контексті забезпечення їх конкурентоспроможності [3-5]. Важливим результатом опрацювання наукових праць українських вчених є розуміння того, що основою вирішення проблем інноваційного розвитку українських підприємства повинна стати комплексна державна інвестиційно-інноваційна політика, спрямована на підвищення рівня інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності та формування ефективної системи управління інноваціями на всіх рівнях функціонування економіки.

Інновації є основою розвитку підприємств усіх видів діяльності та будь-якої галузевої приналежності, в тому числі логістичних. Проблеми логістики, зокрема питання інновацій у логістиці, досліджуються у численних наукових працях таких авторів, як І.Д. Афанасенко, В.В. Борисова [1], Л.М. Болдирєва [2], Н. Чухрай та Р. Патора [13].

У своїх працях Н. Чухрай та Р. Патора наголошують на важливості інноваційного розвитку транспорту і комунікацій та іншої інфраструктури, які забезпечують безперешкодне переміщення товарів, капіталу, інформації, людей, послуг. Ще одна причина актуалізації інноваційного розвитку в цій сфері – «це наростання мегатенденцій, які характеризують стрімке зростання параметрів матеріальних, інформаційних, фінансових та людських потоків. Ці самі мегатенденції ініціювали прискорену дифузію знань із логістики, нової галузі економічної науки» [13, с. 264].

Предметом інновацій у логістиці, як вважають І.Д. Афанасенко та В.В. Борисова, є «оптимізація траєкторії економічних потоків, що циркулюють у ланцюгові (мережі), з метою скорочення часу логістичного циклу, раціоналізації загальних витрат товароруху, підвищення ефективності розвитку логістичного ланцюга». Проте розвиток науки і техніки є невпинним, кожного дня створюються нові винаходи, які можна застосувати для збільшення ефективності логістичної діяльності підприємств, саме тому обрана тема і надалі потребує вивчення та наукових напрацювань, що в подальшому матиме практичне застосування» [1, с. 336].

Метою статті є обґрунтування основних напрямів підвищення ефективності функціонування логістичних

підприємств за рахунок упровадження інновацій задля підвищення якості надання послуг.

Основним науковим результатом статті є розвиток теоретичних засад та методичних рекомендацій щодо впровадження інновацій у процес діяльності логістичних підприємств, які в сукупності вирішують важливе науково-прикладне завдання – виявлення шляхів підвищення ефективності господарської діяльності та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Інновації мають вагоме значення для розвитку всіх підприємств, в тому числі тих, для яких логістика є основним видом діяльності. Оскільки можливості різкого підвищення інноваційної активності виробників продукції об'єктивно обмежені, сповільнився науково-технічний прогрес, вичерпані можливості для розроблення продуктових інновацій, підприємства намагаються сформувати резерви для підвищення ефективності діяльності за рахунок логістики. Тому зростає кількість підприємств, які звертаються до логістичних підприємств та вбачають у цьому реальні можливості для підвищення конкурентоспроможності. Коли на ринку є кілька постачальників ідентичного товару приблизно однакової якості, перевага буде у того, хто спроможний забезпечити більш високий рівень транспортування та сервісу. А саме у того, хто користується послугами технологічно розвинених логістичних підприємств, формуються додаткові зовнішні конкурентні переваги. З іншого боку, логістичні послуги, які стосуються швидкої доставки продукції до споживача, де б він не перебував, вимагають інновацій у сфері виробництва транспортних засобів та в інфраструктурному сегменті.

Одним з основних завдань логістичних підприємств є оптимізація витрат, пов'язаних із доведенням матеріального потоку від первинного джерела до кінцевого споживача. Розв'язання цього завдання можливе лише за умови, що система розрахунку витрат виробництва та обігу дає змогу визначити витрати на логістику. Таким чином, з'являється важливий критерій відбору оптимального варіанта логістичного підприємства – мінімум сукупних витрат протягом усього логістичного ланцюга та максимізація якості у наданні послуг.

У країнах із розвиненою ринковою економікою логістика вже досить давно стала основою успішного функціонування суб'єктів господарювання, а формування логістичної системи забезпечує підвищення ефективності економічних процесів та зниження загальних витрат підприємств. В Україні незначна кількість підприємств, котрі працюють на основі концепцій логістики. Переважно це підприємства з іноземними інвестиціями, які мають окремі відділи логістики та добре сформовану логістичну систему. Більшість логістичних підприємств України надають послуги з перевезення як на території України, так и на міжнародному ринку.

До основних цілей логістичних підприємств можна віднести своєчасне постачання відповідної кількості, якості, асортименту вантажів до місця їх споживання; формування оптимальних розмірів партії поставок; управління запасами ресурсів; якісне виконання всіх замовлень у встановлені строки тощо.

Для успішної і результативної роботи з обслуговування клієнтів логістичні підприємства України мають дотримуватися певних рекомендацій, таких як своєчасне впровадження інновацій на підприємствах; можливість використання резервів підприємства як конкурентної переваги; використання новітніх технологічних програм, що дають можливість своєчасно реагувати на зовнішні та внутрішні зміни, щоб досягти бажаного результату, тощо.

Оскільки середовище, у якому функціонують логістичні підприємства, динамічне, чинне місце має зайняти моніторинг факторів впливу на їх діяльність, що дасть змогу суб'єктам господарювання максимально скоригувати остаточні цілі та завдання та краще адаптуватися до мінливих умов. Вчені та спеціалісти поділяють фактори на керовані і некеровані. До керованих відносять фактори внутрішнього середовища, що становлять служби підприємства, а до некерованих – фактори зовнішнього середовища, які варто враховувати і передбачати. Це відносини з постачальниками, споживачами, конкурентами, посередниками. До некерованих факторів зовнішнього середовища відносять також політичні, економічні, природні, демографічні тощо.

Урахування дії зовнішніх чинників у практиці логістичних підприємств забезпечує поступову адаптацію до сучасних вимог: розвивається мережа та масштаби діяльності, підвищується гнучкість та мобільність внутрішньогосподарської системи, скорочуються витрати. За зменшення витрат на окремих ланках логістичного ланцюга зменшуються загальні витрати, покращується організація праці, підвищується результативність та ефективність виконання окремих логістичних процесів. Значною мірою потенціал розвитку логістичних підприємств вичерпано. Для забезпечення подальшого зростання логістичні підприємства потребують упровадження інновацій. Упровадженню інновацій сприятиме оптимізація логістичних потоків, що дасть змогу отримати економічний ефект та підвищити конкурентоспроможність не лише логістичних підприємств, а й інших підприємств на ринку товарів і послуг.

Застосування комплексного підходу до визначення системи взаємозв'язків між інноваціями та логістикою дає змогу розглядати три основні різноспрямовані рівні (рис. 1):

– по-перше, логістику для інновацій, яка передбачає формування алгоритмів, методів та моделей для забезпечення пошуку ефективних інновацій (може використовуватися і промисловими підприємствами в процесі моніторингу передового досвіду та здійснення їх ефективного трансферу);

– по-друге, інновації у логістиці, спрямовані на впровадження передових ідей та досвіду у процеси функціонування логістичних підприємств на всіх стадіях їх функціонування;

– по-третє, інноваційна логістика – системний процес ініціації, розроблення, впровадження та використання інновацій логістичними підприємствами.

Рис. 1. Взаємозв'язок логістики та інноваційної діяльності [11, с. 78]

Українські логістичні підприємства потребують переходу до активної фази здійснення системних інновацій. Для логістичних підприємств у сучасних умовах актуальними є пошук потенціалу інновацій одночасно у декількох напрямах:

– по-перше, інформатизація та комп'ютеризація логістичних процесів, яка дає змогу оперативно керувати різноманітними матеріальними потоками. Водночас є можливість здійснювати організацію комплексного транспортного обслуговування на основі єдиного договору та формувати завдання для учасників логістичного ланцюга на підставі замовлення споживача транспортних послуг [12, с. 123]. Створення бази даних, що містить інформацію про всі логістичні операції, дає можливість підприємству скоординувати процеси перевезення вантажів та пасажирів;

– по-друге, транспортна оптимізація, тобто взаємодія різних видів транспорту на одному маршруті з метою здійснення контролю за процесом транспортування, завантаження, розвантаження, складування та доставки до місця призначення тощо дасть змогу забезпечити інтеграцію логістичного ланцюга поставок та знизити рівень витрат;

– по-третє, упровадження стратегії зниження витрат шляхом стандартизації виробів, елементів та процесів, що потребує удосконалення всіх внутрішніх процесів функціонування логістичних підприємств.

У практичному аспекті доцільно скористатися висновками Логістичної Асоціації і консалтингової компанії Arthur D. Little [14], експерти яких рекомендують:

– перехід відповідальності за впровадження інновацій від лінійних менеджерів до топ-менеджерів;

– перенесення пріоритетів з оптимізації логістичних витрат на формування доданої вартості та клієнтозорієнтовані інновації;

– використання адаптивних і гнучких логістичних систем і ланцюгів постачань;

– усвідомлення того, що клієнти і учасники ланцюгів постачань є основними «замовниками», які спонукають компанії до впровадження інновацій;

– глибоке дослідження ринку та застосування підходів і методів проектного менеджменту;

– залучення клієнтів і учасників ланцюгів постачань на більш ранніх стадіях розроблення інновацій.

Основою впровадження вищенаведених пропозицій у реальну практику логістичних підприємств повинно стати реформування системи управління. Управління логістичною діяльністю логістичних підприємств повинно здійснюватися за декілька етапів. Перший етап у системі управління інноваціями на логістичних підприємствах – це визначення потреби в інновації, збір інформації про попит на ринку та аналіз зібраних даних. Також на цьому етапі здійснюється аналіз роботи фірм-конкурентів та обмін досвідом із провідними логістичними підприємствами. Другий етап – підготовка проекту ведення інновацій та розрахунок можливих ризиків, співпраця з аналітичними компаніями та прогнозування подальшого розвитку підприємства. Третій етап – пошук потенційних інвесторів та залучення зовнішнього капіталу. Четвертий етап передбачає реалізацію інновацій на замовлення клієнтів з їх подальшим удосконаленням та адаптацією. П'ятий етап – це управління інноваційними процесами на підприємстві, їх ретельний аналіз та пошуки подальших варіантів технологічного розвитку підприємств.

Система управління інноваціями на логістичних підприємствах включає дві основні групи людей (клієнти та партнери), котрі спонукають до застосування та розвитку інновацій на підприємствах, а також мають значний вплив на стратегічне планування розвитку послуг. Партнери через управління проектами впроваджують інновації, що сприяє покращенню якості та розвитку стандартів обслуговування. А клієнти спонукають розвиток сервісу за рахунок реалізації інноваційних процесів у замовленнях клієнтів. Комплексний підхід до моделі інноваційних процесів у логістиці представлено на рис. 2.

Інновації в логістичній діяльності застосовуються у різноманітних аспектах (на різних етапах функціонування). Кожна операція на підприємстві буде ефективнішою у разі застосування інновацій. Використання інновацій у логістиці надає впевненості клієнтам у якісному та вчасному обслуговуванні. Розглядаючи логістичні інновації, не можна оминати новітні логістичні технології, які застосовуються у плануванні та інформаційному забезпеченні, що необхідне для ефективного використання транспортної і логістичної інфраструктур та обробки вантажопотоку. Все ширше застосовується електронна обробка даних, автоматизація виробництва і впровадження інших нових досягнень для вдосконалення структури інформаційних потоків у логістиці. Інновації, що використовуються логістичними підприємствами, та переваги їх застосування описані в таблиці (табл. 1).

Сьогодні існує безліч технологій, застосування яких підвищує якість обслуговування та довіру споживачів до логістичних підприємств. Все більше і більше підприємств упроваджують інновації для закріплення своїх конкурентних позицій на ринку.

Висновки. Безперечно, логістичні підприємства потребують постійного розвитку та вдосконалення, а також глибокого вивчення усіх можливих факторів впливу та індивідуалізації кожного нововведення. Наука розвивається, з`являються нові винаходи техніки, які успішно застосовуються логістичними підприємствами, що суттєво спрощує процес матеріально-технічного забезпечення виробництва і підвищує ефективність діяльності підприємства.

Упровадження інновацій на логістичних підприємствах дасть змогу зміцнити конкурентні позиції силь-

Рис. 2. Модель інноваційних процесів в логістиці [14, с. 9]

Таблиця 1

Інновації в логістиці та переваги їх застосування

Інновації в логістиці	Переваги їх застосування
Інновації в постачанні ресурсів	Використовують систему MRP (планування потреби в ресурсах) – «комп'ютеризований прийом, зорієнтований на продукт, мета якого – мінімізувати запаси і дотримуватися графіка доставки». Удосконалений варіант (MRP II) має ширше застосування, ніж MRP, оскільки може бути використаний для планування не лише матеріальних ресурсів, але й трудових та фінансових ресурсів, виробничого устаткування.
Інновації у перевезенні вантажів	Для запобігання простоям у заторі досвідчені логістичні компанії вдаються до допомоги сучасної техніки, оснащуючись спеціальним обладнанням для постійного відстеження стану вуличного руху, використовуючи для цього різні методи. Застосовується GPS-навігація та доступні засоби зв'язку, що допомагають безпосередньо під час перевезення коригувати маршрут. Безперервне відстеження ситуації на дорогах дає їм змогу набагато швидше доставляти вантажі, дотримуючись термінів перевезення.
Інновації внутрішньовиробничої логістики	Для внутрішньовиробничої логістики взаємодія з операційним (виробничим) менеджментом визначається тривалістю основного виробничого циклу. Скорочення часу виробничо-технологічного циклу є одним з основних завдань внутрішньовиробничої логістики для тих фірм, які застосовують логістичні концепції «точно в термін», «бережливе виробництво».
Інновації у вантажопереробці, складуванні і зберіганні	У діяльності складів застосовують автоматизовані транспортно-складські системи (AS/RS), відомі як «автоматизований склад», обладнання карусельного типу, обладнання для роботи з упаковкою продукції чи з окремою її одиницею, конвеєри, роботи, системи сканування. що дають змогу швидко та чітко виконувати необхідну роботу.
Інновації в розподілі/постачанні продукції замовника ресурсів	Застосування комп'ютерної техніки дає змогу скоротити час між одержанням замовлення та відправкою продукції споживачу. Сьогодні серед логістичних технологій у дистрибуції поширення набули системи Efficient consumer response (ефективна реакція на споживача), QR (швидка реакція).
Інновації в управлінні запасами	Прагнення забезпечити ефективне, стратегічне, тактичне та оперативне управління процесами руху матеріальних, а також інформаційних, фінансових та інших потоків у процесі руху товару як в організаційних рамках торговельного підприємства, так і поза ними, що в майбутньому приведе до його стабільного розвитку.
Інновації в логістичному менеджменті	До управлінських інновацій, які застосовуються у логістиці, відносять і аутсорсинг, відповідно до якого виконання неключових функцій компанії покладається на зовнішню (третю) сторону, що являє собою спеціалізованого професійного провайдера послуг.

Джерело: складено авторами

ніших підприємств і усунути з ринку слабші, що також позитивно вплине і на якість надання послуг, що є пріоритетним для споживача. Підприємства, що успішно використовують інновації у своїй діяльності, постійно розвиваються та мають широкий попит на послуги на логістичному ринку. Підвищення якості обслуговування та можливість контролю перевезення багажу збільшує рейтинг підприємства, що впливає на кількість замовлень.

Як і кожна галузь, логістика змінюється, з'являються нові технології і бізнес-моделі. Навіть у кризовій ситуації не потрібно відмовлятися від інновацій. У сьогоднішньому становищі на ринку помітно посилюється конкуренція, тому потрібно знайти і застосовувати приховані, не задіяні до цього моменту резерви. Будь-які зміни, що позитивно впливають на розвиток підприємства, дають йому переваги.

Список використаних джерел:

1. Афанасенко И.Д. Логистика снабжения: учебник для вузов / Афанасенко И.Д., Борисова В.В. – СПб.: Питер, 2010. – 336 с.
2. Болдирєва Л.М. Інновації в логістиці: теоретико-методологічні та практичні аспекти / Болдирєва Л.М. // Экономика Крыма. – 2011. – № 1(34). – 18-23 с.
3. Бондаренко С. Моделювання стратегії конкуренції промислового підприємства / Світлана Бондаренко // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 7. – С. 400-408.
4. Бугас Н.В. Концептуальні засади стратегічного управління інноваційною активністю підприємств / Бугас Н.В., Дякович З.Р. // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – С. 67-71.
5. Волова О.В. Інноваційна діяльність підприємства як основа його стабільного та безпечного розвитку / Волова О.В., Діденко Є. О. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 11. – С. 77-82.
6. Діденко Є.О. Інноваційні проблеми економічної безпеки промисловості України / Діденко Є.О., Бокій В.І. / Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – № 4. Т. 1. – С. 107-111.
7. Касич А.О. Зміст та завдання державної інноваційно-інвестиційної політики України / Касич А.О. // Схід. – 2005. – № 6(72). – 3-9 с.
8. Касич А.О. Досвід формування національних інноваційних систем в країнах, що розвиваються / Касич А.О. // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5(143). – 46-49 с.
9. Касич А.О. Інноваційна продукція як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств України / Касич А.О., Назарова М.В., Климович Т.А. // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. – 2008. – № 2. – 66-69 с.
10. Касич А.О. Інноваційні активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення / Касич А.О., Канунікова К.О. // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 22. – 21-24 с.
11. Колодізєва Т.О. Інноваційні технології в логістиці: [навчальний посібник]: Колодізєва Т.О., Руденко Г.Р. – Харків, 2013 – 268 с.
12. Рибчук А.В. Глобальна виробнича інфраструктура світового господарства: теорія і практика: монографія / Рибчук А.В. – Дрогобич: Вимір, 2009. – 436 с.

13. Чухрай Н.І. Інновації та логістика товарів: монографія / Чухрай Н., Патора Р. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2001. – 264 с.
14. Innovation Excellence in Logistics – Value Creation by Innovation. Results of the European Logistics Association / Arthur D. Little. Brussels 2007. – 440 p.

Аннотация. В статье рассмотрены особенности применения и развития инноваций на логистических предприятиях в современных условиях. Исследовано влияние инноваций на эффективность функционирования логистических предприятий. Инновации играют ключевую роль в предоставлении качественных услуг предприятиями. Нахождение и внедрение инноваций позволяют обеспечить устойчивое развитие предприятия и закрепить его конкурентные позиции на рынке. Доказана необходимость применения инноваций в деятельности логистических предприятий, проведено сравнение преимуществ основных сфер формирования инноваций.

Ключевые слова: логистика, конкуренция, логистические предприятия, инновации, инновационная деятельность, обслуживание.

Summary. The article considers the peculiarities of application and development of innovations in logistic enterprises in modern conditions. The influence of innovations on the efficiency of logistics enterprises' functioning is investigated. Innovations play a main role in providing quality services by enterprises. Finding and implementing the latest innovations will enable sustainable development of the enterprise and consolidate its position in a competitive market. The necessity of application of innovations in the activity of logistic enterprises is proved, the advantages of the main spheres of formation of innovations are compared.

Key words: logistics, competition, logistics enterprises, innovations, innovation activity, service.

УДК 330.332

Котикова О. І.
доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедрою економіки підприємств
Миколаївського національного аграрного університету

Куделя В. Л.
магістрант
Миколаївського національного аграрного університету

Потапов І. С.
магістрант
Миколаївського національного аграрного університету

Kotykova O. I.
Doctor of economics, Professor,
Head of the department of business economics
Mykolayiv National Agrarian University

Kudelia V. L.
Master
Mykolayiv National Agrarian Universityy

Potapov I. S.
Master
Mykolayiv National Agrarian University

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ СПІВПРАЦІ РАЙОНІВ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

RATING ASSESSMENT OF INVESTMENT DEVELOPMENT AND FOREIGN ECONOMIC COOPERATION OF DISTRICTS OF MYKOLAIV REGION IN CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION

Анотація. У статті проведено моніторинг інвестиційного розвитку районів Миколаївської області. Методика дослідження ґрунтується на пропозиціях, наведених у додатку 2 до постанови Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 р. № 856 «Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики». За кожним із показників визначено рейтинг районів Миколаївської області та побудовано відповідні графіки. На основі проведених досліджень визначено рейтинг інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці районів регіону.

Ключові слова: рейтинг, райони, капітальні інвестиції, прямі іноземні інвестиції, інвестиції на душу населення.

Постановка проблеми. Інвестиції в сільське господарство здатні вирішити цілу низку ключових завдань розвитку економіки, таких як підтримання та стимулювання загального економічного зростання; підтримання екологічної безпеки; зниження рівня бідності у довготерміновій перспективі. Також стабільні та стійкі інвестиції в сільське господарство здатні створити поштовх для розвитку нових інноваційних технологій.

Тому в умовах інтеграції української економіки до європейського співтовариства моніторинг інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання інвестиційної привабливості аграрних підприємств досліджували у наукових працях багато вчених, таких як К.Л. Атоєв, В.В. Валетенко, С.Л. Клименченко, О.В. Митяй, Т.І. Просянкіна-Жарова, Н.О. Шевченко [1-6] та інші. Проте проблемні питання забезпечення ефективного процесу управління (планування, організації, мотивації і контролю) інвестиційної привабливості аграрних підприємств залишаються невирішеними за відсутності якісного моніторингу процесу [7].

Метою статті є здійснення рейтингової оцінки інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці районів Миколаївської області, що дасть змогу встановити рівень конкурентоспроможності галузі під час формування програми інвестиційного розвитку сільського господарства регіону.

Виклад основного матеріалу. Результати моніторингу інвестиційного розвитку районів Миколаївської області ми визначали за переліком показників оцінки, наведених у додатку 2 до постанови Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 р. № 856 «Про затвердження Порядку та Методики проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації державної регіональної політики».

Перший показник – *індекс капітальних інвестицій*. Капітальні інвестиції Миколаївської області у 2016 році становили 9730,2 млн. грн., з яких більше половини – інвестиції у м. Миколаїв (табл. 1).

За визначеним індексом перші п'ять місць у рейтингу обсягу капітальних інвестицій посіли Новоодеський, Вітовський, Врадіївський, Доманівський та Веселинівський райони. Останні п'ять місць у рейтингу посіли відповідно Арбузинський, Березанський, Миколаївський, Кривоозерський та Вознесенський райони (рис. 1). Коливання між найвищим та найменшим індексом за обсягом капітальних інвестицій становило 589,3 в. п.

Другий показник – *індекс капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу*. Капітальні інвестиції у розрахунку на одну особу населення Миколаївської області у 2016 році становили 8435,7 грн. Перевищення цього рівня встановлено в м. Миколаїв (11 957 грн.), Арбузинському (9104 грн.), Братському (9533 грн.), Вітовському (17 433 грн.), Новоодеському (12 778 грн.) та Первомайському (11 028 грн.) районах (табл. 2).

Індекс капітальних інвестицій на одну особу населення Миколаївської області (відсотків до попереднього року) є зростаючим по всіх районах області. За визначеним індексом перші п'ять місць у рейтингу обсягу капітальних інвестицій посіли Новоодеський, Вітовський, Врадіївський, Доманівський та Веселинівський райони. Останні п'ять місць у рейтингу посіли відповідно Арбузинський, Березанський, Миколаївський, Кривоозерський та Вознесенський райони (рис. 2). Коливання між найвищим та найменшим індексом за обсягом капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу населення становило 593 в. п.

Третій показник – *індекс прямих іноземних інвестицій*. Прямі іноземні інвестиції Миколаївської області

Рис. 1. Рейтинг районів Миколаївської області за індексом капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Таблиця 1

Капітальні інвестиції Миколаївської області, млн. грн.

Адміністративна одиниця	Освоєно (використано) капітальних інвестицій						
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Область	4422,2	4297,8	4696,0	5008,7	3771,4	5989,9	9730,2
міста							
Миколаїв	2677,3	2555,9	2636,6	2251,0	2233,2	4209,0	5831,0
Вознесенськ	29,6	38,3	37,1	58,0	32,0	71,5	73,4
Очаків	8,9	6,2	9,8	13,2	11,9	10,2	11,8
Первомайськ	62,6	92,6	41,0	37,9	22,0	45,7	40,7
Южноукраїнськ	49,3	23,6	35,2	32,8	29,2	27,6	50,7
райони							
Арбузинський	87,8	65,7	91,4	74,0	104,6	167,2	182,9
Баштанський	37,0	48,3	60,8	58,7	41,7	62,5	129,9
Березанський	83,2	53,5	64,7	1371,9	62,7	81,7	95,8
Березнегуватський	20,0	33,0	12,5	22,4	22,0	59,4	124,0
Братський	32,0	36,0	37,8	38,5	50,8	88,0	171,2
Веселинівський	23,7	66,1	34,4	40,1	59,3	62,0	170,0
Вітовський	324,9	338,3	272,3	342,3	425,5	256,7	880,4
Вознесенський	25,2	32,9	680,4	180,5	43,0	92,3	145,8
Врадіївський	16,7	20,5	13,6	9,7	17,3	16,6	56,5
Доманівський	24,2	33,7	20,4	29,8	26,2	38,2	123,6
Єланецький	18,5	26,1	30,5	27,3	22,8	43,6	113,3
Казанківський	22,6	42,0	24,7	18,4	35,4	59,7	104,9
Кривоозерський	42,9	27,0	28,6	45,3	67,1	87,4	135,5
Миколаївський	266,7	74,9	82,5	95,5	134,3	133,8	189,6
Новобузький	22,0	34,5	23,1	25,4	22,5	59,2	118,5
Новоодеський	32,6	37,7	48,1	50,1	62,0	61,5	429,7
Очаківський	43,2	475,9	260,6	29,7	121,2	47,4	107,9
Первомайський	442,6	106,5	129,1	106,9	83,6	147,7	333,3
Снігурівський	28,7	28,4	20,9	49,2	40,9	60,9	109,8

Джерело: складено за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

у 2016 році становили 227,8 млн. дол. США, з яких більше половини – інвестиції у м. Миколаїв. Варто відзначити, що по Баштанському, Березнегуватському, Веселинівському, Врадіївському, Кривоозерському та Первомайському районах у 2016 році дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації. В Арбузинський, Доманівський, Єланецький та Казанківський райони іноземні прямі інвестиції у 2016 році не залучались (табл. 3).

Рис. 2. Рейтинг районів Миколаївської області за індексом капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу населення, відсотків до попереднього року

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Індекс прямих іноземних інвестицій Миколаївської області (відсотків до попереднього року) є зростаючим по трьох районах області. Місця серед шести районів, за якими наявна достовірна інформація про обсяги прямих іноземних інвестицій, розподілились таким чином від найвищого: Вітовський, Очаківський, Братський, Березанський, Новобузький та Миколаївський райони (рис. 3). Коливання між найвищим та найменшим індексом за обсягом прямих іноземних інвестицій становило 142,2 в. п.

Четвертий показник – *індекс прямих іноземних інвестицій на одну особу населення*. Індекс прямих іноземних інвестицій на одну особу населення Миколаївської області (відсотків до попереднього року) є зростаючим по двох районах області. Місця серед шести районів, за якими наявна достовірна інформація про обсяги прямих іноземних інвестицій, розподілилися таким чином від найвищого: Очаківський, Братський, Березанський, Вітовський, Новобузький та Миколаївський райони (рис. 4). Коливання між найвищим та найменшим індексом за обсягом прямих іноземних інвестицій на одну особу населення стаеовило 356,2 в. п.

Таблиця 2

Обсяг капітальних інвестицій у розрахунку на одну особу населення наростаючим підсумком з початку року, грн.

Адміністративна одиниця	Освоєно (використано) капітальних інвестицій						
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Область	3729,6	3642,2	3996,3	4280,2	3235,5	5161,2	8435,7
міста							
Миколаїв	5403,5	5180,3	5357,8	4584,0	4554,4	8595,4	11956,6
Вознесенськ	803,5	1045,0	1019,2	1606,0	896,1	2023,1	2095,5
Очаків	587,0	412,6	657,4	895,2	810,5	697,1	809,4
Первомайськ	924,3	1370,3	607,5	562,4	327,0	678,1	607,4
Южноукраїнськ	1191,7	565,8	842,1	784,8	700,9	664,4	1221,1
райони							
Арбузинський	4125,3	3126,8	4392,4	3581,0	5104,9	8237,8	9104,0
Баштанський	953,5	1248,4	1575,9	1530,2	1092,1	1649,2	3443,1
Березанський	3445,2	2220,8	2698,6	57451,0	2634,7	3453,6	4085,5
Березнегуватський	935,6	1554,1	594,3	1071,2	1058,5	2883,2	6085,0
Братський	1695,2	1927,1	2038,5	2086,8	2776,2	4849,1	9532,5
Веселинівський	978,4	2750,7	1441,2	1698,2	2524,3	2668,1	7395,2
Вітовський	6284,0	6564,7	5295,5	6680,0	8343,9	5056,9	17433,4
Вознесенський	785,9	1032,0	21451,6	5728,5	1376,3	2980,9	4751,1
Врадіївський	887,7	1103,4	737,2	533,8	958,0	926,1	3177,8
Доманівський	913,0	1280,2	779,3	1146,6	1017,7	1490,5	4845,1
Єланецький	1144,3	1626,9	1911,5	1725,4	1448,7	2794,3	7324,1
Казанківський	1082,2	2027,6	1207,8	908,1	1765,5	3004,2	5336,7
Кривоозерський	1664,1	1052,3	1122,6	1785,9	2665,1	3493,4	5464,2
Миколаївський	8571,8	2418,2	2675,2	3109,8	4391,8	4419,7	6327,3
Новобузький	685,8	1080,1	727,7	804,0	715,3	1891,6	3815,6
Новоодеський	937,1	1089,1	1394,6	1459,1	1817,2	1816,4	12777,9
Очаківський	2672,3	29598,3	16326,3	1873,6	7680,8	3025,2	6949,7
Первомайський	13851,5	3361,4	4104,0	3432,5	2712,1	4835,2	11027,8
Снігурівський	676,9	675,5	503,3	1193,9	997,9	1501,4	2732,7

Джерело: складено за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Прямі іноземні інвестиції на одну особу населення Миколаївської області у 2016 році становили 197,5 дол. США. Перевищення цього рівня встановлено в м. Миколаїв (323,2 дол. США), Вітовському (748,8 дол. США) та Вознесенському (823,6 дол. США) районах (табл. 4).

Рейтингова оцінка інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці проводиться шляхом порівняння відхилення значень показників за кожним конкретним регіоном від їх найкращих значень за регіонами за відповідний (звітний) період та відповідного ранжування регіонів від 1-го до 19-го місця.

Узагальнені дані про рейтинг районів за кожним індикатором та агрегованим показником наведено у таблиці 5 та представлено на рисунку 5.

Висновки. Проведені розрахунки дали змогу визначити рейтинг районів Миколаївської області за рівнем інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці.

Рис. 3. Рейтинг районів Миколаївської області за індексом прямих іноземних інвестицій, відсотків до попереднього року

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Рис. 4. Рейтинг районів Миколаївської області за індексом прямих іноземних інвестицій на одну особу населення, відсотків до попереднього року

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Таблиця 3

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) у містах та районах Миколаївської області, тис. дол. США

Адміністративна одиниця	Освоєно (використано) капітальних інвестицій						
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Область	165 435,8	152 327,4	244 687,4	282 845,2	228 872,8	212 723,5	227 810,1
міста							
Миколаїв	123 156,9	110 382,5	172 033,3	201 769,9	159 458,6	156 210,9	157 613,4
Вознесенськ	4272,1	4107,4	4107,1	4270,7	3663,5	361,8	80,7
Очаків	852,8	924,1	927,0	1198,6	821,0	483,0	455,0
Первомайськ	1392,7	1403,1	1391,7	1391,6	742,6	498,2	452,8
Южноукраїнськ	2,8	…[1]	7,8	132,9	-	-	-
райони							
Арбузинський	…[1]	-	…[1]	4,7	-	-	-
Баштанський	…[1]	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]
Березанський	3150,8	708,1	752,0	652,0	336,1	221,5	196,8
Березнегуватський	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]
Братський	4,4	4,4	4,4	…[1]	94,0	61,8	64,7
Веселинівський	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]
Вітовський	140,6	117,8	29 394,7	35 440,5	30 005,8	26 600,7	37 814,7
Вознесенський	-	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	25 268,0
Врадіївський	25 364,3	29 243,9	29 349,9	29 872,7	23 977,0	21 727,0	…[1]
Доманівський	-	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	-	-
Єланецький	2450,5	-	-	287,8	2524,7	2503,3	-
Казанківський	776,7	780,3	1017,4	1028,7	614,9	456,9	-
Кривоозерський	-	-	-	50,5	25,6	16,8	…[1]
Миколаївський	428,5	427,3	402,0	370,9	853,8	584,7	0,1
Новобузький	6,8	11,7	1166,1	1348,8	742,6	520,6	14,8
Новоодеський	3110,5	3243,8	3152,3	3053,2	2473,6	…[1]	528,0
Очаківський	286,0	955,9	955,5	1030,5	2155,9	363,0	492,5
Первомайський	…[1]	-	…[1]	4,7	-	-	…[1]
Снігурівський	…[1]	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	320,4

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

[1] *Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації*

Рис. 5. Рейтингова оцінка інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці районів Миколаївської області

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Таблиця 4

Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) на одну особу населення у містах та районах області, дол. США

Адміністративна одиниця	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Область	139,5	129,1	208,2	241,7	196,4	183,3	197,5
міста							
Миколаїв	248,6	223,7	349,6	410,9	325,2	319,0	323,2
Вознесенськ	115,8	112,1	112,8	118,3	102,6	10,2	2,3
Очаків	56,5	61,7	62,3	81,0	55,8	32,9	31,1
Первомайськ	20,6	20,8	20,6	20,7	11,0	7,4	6,8
Южноукраїнськ	0,1	…[1]	0,2	3,2	-	-	-
райони							
Арбузинський	…[1]	-	…[1]	0,2	-	-	-
Баштанський	…[1]	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]
Березанський	130,4	29,4	31,3	27,3	14,1	9,4	8,4
Березнегуватський	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]
Братський	0,2	0,2	0,2	…[1]	5,1	3,4	3,6
Веселинівський	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]
Вітовський	4,4	3,7	926,8	1124,7	959,8	858,7	748,8
Вознесенський	-	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	823,6
Врадіївський	490,6	567,4	570,8	583,0	470,2	428,1	…[1]
Доманівський	-	…[1]	…[1]	…[1]	…[1]	-	-
Єланецький	94,9	-	-	11,3	100,2	100,1	-
Казанківський	25,0	25,2	33,0	33,5	20,1	15,1	-
Кривоозерський	-	-	-	1,6	0,8	0,5	…[1]
Миколаївський	12,3	12,3	11,6	10,8	25,0	17,3	0,0
Новобузький	0,4	0,7	73,1	85,1	47,0	33,2	0,5
Новоодеський	97,3	102,3	100,2	98,0	80,2	…[1]	15,7
Очаківський	6,7	22,8	23,0	25,0	52,7	8,9	31,7
Первомайський	…[1]	-	…[1]	0,2	-	-	…[1]
Снігурівський	…[1]	-	-	…[1]	…[1]	…[1]	8,0

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

[1] *Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності інформації*

Таблиця 5

Рейтингова оцінка інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці районів Миколаївської області за 2015 рік

Район	Загальне місце району	Місце району за показниками напряму			
		Індекс капітальних інвестицій на одну особу населення, відсотків до попереднього року	Індекс прямих іноземних інвестицій, відсотків до попереднього року	Індекс капітальних інвестицій, відсотків до попереднього року	Індекс прямих іноземних інвестицій на одну особу населення, відсотків до попереднього року
Арбузинський	19	19	-	19	-
Баштанський	11	10	х	10	х
Березанський	12	18	4	18	3
Березнегуватський	10	9	х	9	х
Братський	6	12	3	12	2
Веселинівський	7	5	х	5	х
Вітовський	3	2	1	2	4
Вознесенський	16	15	х	15	х
Врадіївський	4	3	х	3	х
Доманівський	5	4	-	4	-
Єланецький	8	6	-	6	-
Казанківський	15	14	-	14	-
Кривоозерський	17	16	х	16	х
Миколаївський	18	17	6	17	6
Новобузький	13	11	5	11	5
Новоодеський	1	1	х	1	х
Очаківський	2	7	2	7	1
Первомайський	9	8	х	8	х
Снігурівський	14	13	х	13	х

Джерело: розраховано за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

За визначеним індексом перші п'ять місць у рейтингу обсягу капітальних інвестицій посіли Новоодеський, Очаківський, Вітовський, Врадіївський та Доманівський райони. Останні п'ять місць у рейтингу посіли відповідно Арбузинський, Миколаївський, Кривоозерський, Вознесенський та Березанський райони. Коливання між найвищим та найменшим індексом за рейтинговою оцінкою інвестиційного розвитку та зовнішньоекономічної співпраці районів Миколаївської області становило 295,6 в. п.

Список використаних джерел:

1. Атоєв К.Л. Комплексна оцінка інвестиційної привабливості аграрних регіонів в умовах зростання невизначеності та ризиків [Електронний ресурс] / К.Л. Атоєв // Математичне моделювання в економіці. – 2015. – Вип. 1. – С. 96-106. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mmve_2015_1_11
2. Валетенко В.В. Регіональні особливості інвестиційного забезпечення розвитку аграрного виробництва / В.В. Валетенко // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2014. – Вип. 149. – С. 113-119.
3. Клименченко С.Л. Іноземне інвестування як умова забезпечення стійкості аграрного сектору регіонів України / С.Л. Клименченко // Наукові розвідки з державного та муніципального управління. – 2014. – Вип. 2. – С. 250-257.
4. Митяй О.В. Основні напрями підвищення інвестиційної привабливості аграрних підприємств на рівні держави і регіону як складової конкурентоспроможності / О.В. Митяй // Інноваційна економіка. – 2015. – № 4. – С. 122-128.
5. Просянкіна-Жарова Т.І. Оцінка інвестиційної привабливості адміністративно-територіальних утворень аграрного регіону / Т.І. Просянкіна-Жарова // Агросвіт. – 2012. – № 8. – С. 73-76.
6. Шевченко Н.О. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку аграрного сектора регіонів України / Н.О. Шевченко, М.О. Сичова // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 12. – С. 8-10.
7. Бабич М.М. Моніторинг та інформаційне забезпечення процесів формування продовольчої безпеки / М.М. Бабич // Економіка та держава. – 2017. – № 2. – С. 32-36.

Аннотация. В статье проведен мониторинг инвестиционного развития районов Николаевской области. Методика исследования основывается на предложениях, приведенных в приложении 2 к постановлению Кабинета Министров Украины от 21.10.2015 г. № 856 «Об утверждении Порядка и Методики проведения мониторинга и оценки результативности реализации государственной региональной политики». По каждому из показателей определен рейтинг районов Николаевской области и построены соответствующие графики. На основе проведенных исследований определен рейтинг инвестиционного развития и внешнеэкономического сотрудничества районов региона.

Ключевые слова: рейтинг, районы, капитальные инвестиции, прямые иностранные инвестиции, инвестиции на душу населения.

Summary. In the work, the monitoring of investment development of the districts of Mykolaiv region was carried out. The research methodology is based on the proposals in Annex 2 to the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated October 21, 2015 No. 856 «On Approval of the Procedure and Methodology for Monitoring and Evaluation of the Effectiveness of the Realization of the State Regional Policy». For each of the indicators, the rating of the districts of the Mykolaiv region is determined and the corresponding schedules are constructed. Based on the research conducted, the rating of investment development and foreign economic cooperation of regions of the region is determined.

Key words: ranking, districts, capital investments, direct foreign investments, per capita investments.

УДК 658.7

Кудирко О. В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри комерційної діяльності та логістики
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

Kudyrko O. V.
PhD (Economics), Associate Professor
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ІННОВАЦІЇ В ЛОГІСТИЦІ: ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН У ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК

INNOVATIONS IN LOGISTICS: PROSPECTS OF THE USE BLOCKCHAIN IN SUPPLY CHAINS

Анотація. У статті розглянуто технологію блокчейн як інноваційного інструменту управління ланцюгами поставок. Зокрема, визначено сутність та передумови розвитку блокчейн, принципи та специфіку функціонування системи, а також схему її роботи. Особливу увагу приділено дослідженню зарубіжного досвіду використання блокчейн як у фінансовій сфері, так і в інших галузях економіки. Обґрунтовано можливості реалізації технології у підвищенні ефективності логістичної інфраструктури та рітейлу. За результатами дослідження визначено переваги, які можна отримати від упровадження технології блокчейн у логістичний процес.

Ключові слова: логістика, інновації, управління ланцюгами поставок, блокчейн, blockchain, розумні контракти, smart contracts.

Постановка проблеми. Із розвитком глобалізації та подальшою інтернаціоналізацією торгівлі ланцюг поставок визначається різноманітністю пунктів, пов'язаних із виробництвом і доставкою продукції, – від етапу закупівлі до продажу кінцевому споживачеві. Шлях товару може налічувати значну кількість об'єктів та локацій у різних країнах та частинах світу. Відповідно, стейкхолдерам стає складніше відстежувати та контролювати поставку продукції. Поточна ситуація в управлінні ланцюгами поставок визначається труднощами щодо забезпечення безпеки та моніторингу різних операцій, що проходять через ланцюги постачання.

Для клієнтів усіх рівнів актуальним є питання прозорості операцій поставки продукції, оскільки неможливо простежити всі події у цілому. Зокрема, для більшості кінцевих споживачів мало відомо про продукти, які вони купують та використовують, адже вся мережа роздрібних торговців, дистриб'юторів, транспортників, складських приміщень та інших постачальників перебуває поза зоною контролю. Питання забезпечення довіри та прозорості логістичного ланцюга важливе й для проміжних постачальників, оскільки моніторинг історії транзакцій допоможе керівництву розподільчих центрів бути впевненим у надійності поставок та забезпечити оптимізацію ланцюга поставок. Таким чином, актуальним викликом у сучасній логістиці стає використання наскрізного моніторингу фінансових та інформаційних потоків між усіма учасниками ланцюга поставки. Вирішенням окремих питань прозорості та безпеки товароруху можуть стати можливості технології блокчейн у логістиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оптимізації та підвищення ефективності управління логістичними каналами є актуальним та затребуваним у вітчизняній літературі, адже економічна криза та конкуренція на ринку логістичних посередників зумовлюють пошук нових інноваційних способів роботи. Одним із таких інструментів сьогодні є система блокчейн, яка набула поширення нещодавно з активним розвитком криптовалют у світовій економіці. У літературі ця технологія представлена недостатньо широко, переважно це описові статті, в яких висвітлена специфіка технології та перспективи її розвитку саме у фінансовій сфері та перспективи її розвитку.

Мета статті полягає у дослідженні сутності технології блокчейн, визначенні її переваг та недоліків та перспектив використання в управлінні ланцюгами поставок.

Виклад основного матеріалу дослідження. Технологія блокчейн (з англ. blockchain – ланцюжок блоків) сьогодні набирає стрімкої популярності: про неї пишуть статті, дискутують на форумах та галузевих конференціях, а на її основі впроваджують стартапи в різних галузях економіки. Система блокчейн набула свого розвитку в роботі з криптовалютою біткоін (bitcoin) і спочатку використовувалася для приховування інформації про транзакції. Концепцію інформаційних блоків запропонував у 2008 р. Сатоші Накамото. Вперше реалізована вона була в 2009 р. як складник цифрової валюти, в якій блокчейн відіграє роль головного спільного реєстру для всіх операцій із біткоінами [1]. Сьогодні ця технологія, як і будь-яка, що довела свою ефективність, проникає у більшість сфер.

У доповіді Всесвітнього економічного форуму за 2017 р. наведено прогноз, що до 2025-2027 рр. 10% світового ВВП будуть зберігатися в блокчейн або пов'язаних із блоками технологіях. На початок 2017 р. сумарна вартість bitcoin, що діють у блокчейн, становила близько 20 млрд. дол. (у 2014 р. ця цифра становила 8,5 млрд. дол., тобто приріст склав +11,5 млрд. дол. за майже три роки) [2]. Але поряд із такими оптимістичними прогнозами експертів технологія потребує апробації та адаптації, вона має низку особливостей та певних недоліків у використанні, які потрібно розуміти та враховувати в роботі конкретних галузей та підприємств.

Термін блокчейн дослівно означає «ланцюжок блоків», де кожен блок пов'язаний із попереднім. Блоком називають такий інформаційний пакет, що містить у собі всі попередні відомості і частину нових. А весь ланцюжок являє собою розподілену між безліччю учасників базу даних, що працює без централізованого управління, тобто відсутній посередник у вигляді одного «центрального сервера», на якому зберігається вся інформація. Саме відсутність централізації є важливим елементом технології, оскільки всі дані зберігаються на комп'ютерах користувачів. Усі користувачі ланцюга є рівноправними й утворюють собою мережу комп'ютерів, на кожному з яких зберігається копія даних блокчейн. Зламати або «вимкнути» блокчейн неможливо, адже поки функціонує хоча б один комп'ютер, приєднаний до мережі, технологія буде працювати [3]. Дані, що утворюють ланцюг блоків, можуть містити різну інформацію: відомості про угоди, людей, об'єкти, транзакції, серійні номери, видані кредити тощо. Отже, сфера застосування цього інструменту може бути різноманітною.

Технологія блокчейн базується на складній системі шифрування, в якій кожен блок має свій унікальний ключ. Використання шифру гарантує, що користувачі можуть змінювати тільки ті блоки ланцюга, до яких у них є доступ, тобто якими вони володіють, знаючи відповідний ключ, без якого запис у файл здійснити не можна. Така особливість баз даних блокчейн робить злом хакерами практично неможливим, оскільки для цього їм потрібно одночасно отримати доступ до копій бази даних на всіх комп'ютерах у мережі. Якщо навіть оригінальний документ або транзакція будуть у подальшому змінені, то в результаті дані отримають інший цифровий підпис, що свідчитиме про невідповідність у системі [4]. Ця система організована так, що кожен її учасник постійно перевіряє відомості, які надходять до нього. У результаті під час будь-якої операції підтверджуються цілісність і достовірність матеріалів, що зберігаються в мережі. Цим гарантується збереження і точність відомостей [3]. Окрім того, шифрування гарантує синхронізацію копій розподіленого ланцюга блоків у всіх користувачів. Таким чином, реалізується одна з найважливіших функцій технології – встановлення довірчих відносин між користувачами з причини того, що інформацію не можна підробити, і водночас вона доступна всім і кожен відповідає сам за себе.

У літературі технологію блокчейн називають «Інтернетом цінностей», адже кожна людина може розмістити в Інтернеті інформацію, до якої інші люди можуть отримати доступ із будь-якої точки світу. Ланцюжки блоків дають змогу відправляти будь-які цінності в будь-яку точку світу, де буде доступний файл блокчейна за умови наявності закритого ключа, створеного за криптографічним алгоритмом, щоб дозволити доступ тільки до тих блоків, якими володіє конкретна людина. Надаючи закритий ключ, можна передати сторонній особі певну грошову суму, яка зберігається у відповідному розділі ланцюжка блоків. У випадку з біткоінами такі ключі використовуються для доступу до адреси, за якими зберігаються деякі суми у валюті, що являють пряму фінансову цінність [1]. Бачимо, що технологія блокчейн здатна швидше і точніше виконувати одні з ключових функцій банків, а саме ідентифікацію особи та реєстрацію транзакції. Узагальнену схему роботи технології блокчейн можна представити як сукупність взаємопов'язаних етапів (рис. 1).

Ключовими елементами є такі операції: взаємодія учасників, формування блоків, формування ключів, шифровка записів. Усі учасники системи діляться на дві категорії: рядові користувачі, що створюють записи (операції, дії, транзакції), та майнери, які формують із них блоки (пакети, конверти) даних. Після цього формуються блоки, коли майнери, отримавши записи, перевіряють їх, пакують у блоки і також розсилають по мережі (поки дані не запаковані, вони вважаються недостовірними). У кожному запакованому наборі матеріалів закодована вся попередня інформація. Будь-яка зміна відомостей потребує коригування ключа поточного пакета та всіх наступних. Формування ключів відбувається шляхом хешування – перетворення інформації в число. Коли шифр, нарешті, створений, майнер формує блок і направляє його всім користувачам мережі [3].

Можливості цієї технології можуть бути корисними не лише у фінансовій сфері. Зокрема, досить затребуваним може стати використання блокчейна для зберігання будь-якого виду цифрової інформації, включаючи

Рис. 1. Узагальнена схема роботи технології блокчейн

Джерело: власна розробка

комп'ютерний код. Цей фрагмент коду можна запрограмувати так, щоб він виконувався, тільки коли обидві сторони вводять свої ключі, тим самим погоджуючись на укладення контракту. Цей код може отримувати інформацію із зовнішніх потоків даних (ціни на акції, метеорологічні дані, заголовки новин і все інше, що може бути проаналізовано комп'ютером) і створювати контракти, які будуть автоматично реєструватися у разі виконання певних умов. Такий механізм отримав назву «розумні контракти» (smart contracts), і можливості їх застосування сьогодні практично безмежні [1]. Розумні контракти – це договір між сторонами, який закодований і завантажується у блокчейн. Контракт не залежить від третьої сторони, органів державної влади, а всі процеси у вирішенні таких договорів є автоматично керованими. Розумні контракти спрямовані на те, щоб зробити переговорний процес та його виконання простішими й ефективнішими, таким чином, забезпечити прозоре виконання контрактних процесів та зменшити витрати, пов'язані з договором.

Сьогодні існують різні об'єднання як серед найбільших світових банків, так і серед великих високотехнологічних компаній, які консолідуються для розроблення програмного забезпечення з використанням блокчейн-системи для взаємної вигоди. Найбільше поширення такої співпраці та інвестиції можна спостерігати у фінансовій сфері. Одним з яскравих прикладів таких об'єднань є консорціум із 44-х найбільших світових банків (зокрема, Bank of America, Morgan Stanley, Citi та ін.), які створили компанію R3, що займеться розробленням blockchain-додатків для фінансової сфери. Ще 13 фінансових організацій (ABN AMRO, BNP Paribas, JPMorgan, Accenture та ін.) вже вклали понад 50 млн. дол. у компанію DAM, а також розробляють blockchain-платформу для фінансової галузі. Зовсім недавно найбільша консалтингова компанія PwC сформувала команду з провідних фахівців для розроблення blockchain-рішень [5]. Серед основних переваг, про які вже заявляють компанії, від використання даної технології є усунення дублювання дій в операціях, використання зашифрованих оновлень даних про клієнтів, збереження повної історії зміни даних тощо.

Перспективним є використання blockchain як у державному, так і в приватному секторах індустрії нерухомості. Всю інформацію, що стосується реєстру земельних реєстрів та публічних записів про володіння землею, інформацію про оренду тощо можна легко завантажити в блок. Це дасть змогу відповідним зацікавленим сторонам та установам мати доступ до інформації про володіння, що значно зменшить кількість суперечок та посередництво третьої особи, отже, збереже час і фінансові ресурси користувачів. Окрім того, розумні контракти можуть бути хорошим способом оптимізації індустрії нерухомості за рахунок регулювання робочого процесу агентств у сфері нерухомості, заощаджуючи фінансові ресурси та час.

Вітчизняний досвід використання технології системи блокчейн можна прослідкувати в рамках стратегії земельної реформи. Як зазначає перший заступник міністра аграрної політики і продовольства України, з жовтня 2017 р. буде запущено пілотний проект із переведення Державного земельного кадастру на технологію блокчейн, яка є найбільш досконалою технологією у світі із захисту інформації [6].

Існують різні можливості застосування технології блокчейн для розвитку інфраструктури в індустрії охорони здоров'я, наприклад відстеження доставки ліків для кінцевого споживача. Протягом усього цього процесу медична продукція ідентифікуються за місцем і часом на блокчейні в кожній точці доставки. Блокчейн робить розповсюдження медикаментів прозорим та безпечним, мінімізує крадіжки та можливості маніпулювання цінами під час доставки препаратів. Ще одним прикладом може служити програма Tierion, яка була запущена ще в 2015 р. спільно з Philips Healthcare. Це проект на блокчейні, основним завданням якого є створення системи зберігання інформації про пацієнтів та зручний доступ до неї з боку медичних закладів. Сьогодні дані зберігаються в межах однієї медичної установи, а учасники можуть давати змогу накопичувати інформацію протягом усього життя пацієнта і забезпечувати доступ до неї з будь-якого місця [8].

Світовий досвід свідчить про використання блокчейн-технологій і в забезпеченні державного управління. Наприклад, у системі голосування виборці самі отримають можливість підрахувати кількість голосів, перевірити, чи не був голос змінений або видалений [8]. Використання таких технології під час виконання операцій веде до зменшення витрат на регулювання та аудит, оскільки обліковий запис відстежує передачу володіння активами.

Проаналізувавши досвід використання блокчейн у різних галузях економіки, розглянемо перспективу використання цієї технології у сфері рітейлу і логістики. Враховуючи те, що ланцюги поставок – це послідовність пунктів доставки продукції з початкового пункту в кінцевий, важливо мати інформацію стосовно переміщення товару за допомогою децентралізованих записів. Одна з найбільш універсально застосовуваних можливостей технології блокчейна полягає у тому, що вона може бути гарним рішенням для фіксації та контролю елементів ланцюгів постачання, забезпечуючи безпечне та прозоре відстеження операцій. Навіть найпростіше застосування технології блокчейн може мати значні переваги в управлінні ланцюгом поставок, серед яких – отримання даних для моніторингу, скорочення тимчасових затримок, зменшення витрат та усунення людських помилок, забезпечення безпеки тощо.

Прикладом може слугувати експеримент із впровадження логістичного інструменту на основі блокчейну американської роздрібної торгової мережі Walmart. Сервіс допомагає відслідковувати шлях продуктів харчування від постачальників до супермаркетів. Були використані такі дані, як строк гарантії поставок продуктів, вимоги до умов перевезення та температуру зберігання. Тестовим продуктом стала китайська свинина через погіршення репутації постачальників із КНР. У керівництві Walmart заявляють, що перехід на блокчейн необхідний для того, щоб споживач зрозумів, хто і з якого місця постачає йому продукти на стіл. Пізніше стало відомо, що подібну схему почав тестувати британський кооператив Co-op Food. Система блокчейн, яка була використана, забезпечила можливість відображення всього ланцюга поставок риби – від вилову до переміщення на прилавки супермаркетів [9].

Лондонська компанія Provenance, використовуючи блокчейн, прагнула зробити поставку продукції кінцевому споживачу більш прозорою за рахунок надання повної інформації про діяльність компанії, висвітлення всіх операцій, включаючи вплив на навколишнє середовище, місце походження товару і виробництва. Таке рішення було прийняте, адже топ-менеджмент компанії стурбований тим, які саме дані надаються споживачам, і формує свою клієнтську політику, зосереджуючись на доступності повної інформації та способі її представлення на самому продукті або в магазині.

Використання блокчейн Provenance – у форматі платформи даних у реальному часі – дає змогу кінцевому споживачеві бачити кожен крок, який пройшов продукт на своєму шляху. Виробники, наприклад, органічних або

унікальних фермерських товарів можуть підкреслити їх автентичність, розповідаючи історію товарів за допомогою блокчейн. Побудова ланцюга «достовірних фактів» забезпечує відмінний клієнтський досвід і теоретично може підняти імідж рітейлера. Таким чином, будь-які твердження про те, що продукт є органічним, можуть бути перевірені вимогливим клієнтом [2].

Сьогодні 90% товарів у світовій торгівлі перевозяться за допомогою судноплавства. Компанія Maersk, один із найбільших світових морських вантажоперевізників, використовує технологію блокчейн для оптимізації процесу доставки вантажів по всьому світу. Нова технологія дає змогу скоротити витрати і час, необхідні на оформлення документів між вантажовідправником й одержувачем, а весь документообіг зведеться до розумних контрактів на основі блокчейна [10].

Ще одним прикладом поліпшення функціонування та роботи логістики в порту є бельгійський морський порт Антверпен, який оголосив про початок тестування блокчейн-проекту. Антверпен є другим за пропускною спроможністю портом в Європі, який поступається першим місцем морському порту в місті Роттердамі. У 2015 р., за даними WorldShipping.org, порт займав 14-е місце в світі. Адміністрація бельгійського порту націлена автоматизувати і оптимізувати логістичний процес, тим самим поліпшуючи роботу цього терміналу. У порту під час спроби відправки одного контейнера потрібно зробити велику кількість операцій, як простих, так і складних, а це значний масив даних. Для переміщення такого контейнера з пункту А в пункт Б можуть знадобитися дії від 30 і більше учасників усього логістичного процесу, до яких належать оператори, експедитори, вантажники, перевізники, відправники, одержувачі, охорона. Вони, своєю чергою, будуть заповнювати перевізний лист, різні накладні та форми, будуть здійснювати безліч дзвінків і писати електронні листи. Впровадження в логістику морського порту технології блокчейн може дати такі позитивні результати, як більш висока якість збереження даних; прозорість обміну даними; простий і швидкий пошук потрібних даних [11].

У сучасному конкурентному світі прозорість та безпека розглядаються як ключ до успішного бізнесу. Спільний доступ до інформації між усіма сторонами в ланцюгу поставок може поліпшити відносини між ними і зробити їх більш ефективними. Основні фактори використання компонентів системи блокчейн, які можуть бути корисними для поліпшення у логістичній галузі:

• відкриває доступ до інформації про діяльність у межах ланцюга поставок;

• надає клієнтам можливість оцінювати продукт, сервіс, постачальників, перевізників перш ніж приймати рішення про покупку;

• надає клієнтам потрібну їм інформацію щодо походження товару та вантажного маршруту;

• знижує ризик щодо шахрайства або підроблених товарів;

• спрощує обмін товарами та платіжними системами.

Підтвердженням успішного використання технології блокчейн для логістичної і транспортної галузей є спільні програми щодо розроблення платформи на базі даної системи. Блокчейн-платформа, яку розробляє IBM, дає змогу відстежувати місце розташування і стан вантажних автомобілів, а всі дозволені учасники ланцюжка можуть бачити необхідну інформацію протягом транспортного циклу. Традиційно транзакції ланцюжка поставок заповнюються вручну, створюючи затримки і підвищуючи ймовірність дублювання даних або внесення помилкової інформації. Використання RFID-міток, в які внесені дані про транспортний засіб, водія і вантаж, дає змогу датчикам IoT (з англ. Internet of Things – Інтернет речей) відстежувати процес руху вантажівки й інформацію про наявність вільного місця, а потім вносити ці відомості в блокчейн. Використання IoT у таких поставках можна розширити, наприклад, встановлюючи на товар датчики вологості і температури. Якщо вони будуть показувати різкі скачки за цими показниками, страхову компанію в розумному контракті повідомлять про те, що товари, можливо, були пошкоджені [12].

Таким чином, створюється єдина база, доступ до якої мають усі авторизовані учасники, дані в якій можуть бути змінені тільки за згодою всіх сторін. Як тільки вантажівка залишає точку навантаження, користувачеві надсилається автоматичне повідомлення, в якому повідомляється про завантаження, вагу і передбачуваний час прибуття. Крім того, через датчики, розташовані на вантажівках, створюється база даних, яка відстежує всі обміни, зупинки та транзакції, зроблені кожним автомобілем і його відповідним вантажем, від точки завантаження до кінцевого клієнта [13].

Відмінності традиційного торговельного процесу та проведення операцій із використанням блокчейн-системи можна простежити в табл. 1.

З огляду на порівняння, наведені в табл. 1, переваги блокчейн незаперечні. Блокчейн став технологічною від-

Таблиця 1

Порівняння традиційного торговельного процесу та блокчейн-системи

Параметри	Традиційний процес	Блокчейн, розумні контракти
Прозорість процесів	Затримки у виконанні зобов'язань, порушення умов договору, ускладнений моніторинг поставок.	Всі партнери мережі надають дані в режимі реального часу в межах однієї системи; точність даних.
Економічна ефективність	Використання фізичних носіїв, що потребує грошових витрат на обслуговування та утилізацію.	Відсутність фізичних документів або транспортування. Ніякого ризику дублювання чи втрати інформації.
Індивідуальні налаштування	Досить часто не враховуються індивідуальні потреби всіх сторін поставки, шаблонність операцій.	Розумні контракти, врахування потреб учасників, адаптація до специфіки роботи партнера.
Зручність процесів	Можливі затримки під час обміну даними, значна частка операцій перебуває в офф-лайн.	Єдина база інформації, спільна для всіх учасників, дані цифрові, онлайн-доступ до всіх даних.
Безпечність процесів	Інформація не синхронізується між учасниками, можуть приховуватися дані від учасників, шахрайство.	Інформація перевірена, доповнюється, але не змінюється. Ризик шахрайства мінімальний.
Швидкість процесів	Можливі затримки виконання контрактів через труднощі в інформаційному обміні.	Простий та швидкий доступ до інформації за рахунок шифрування даних, хмарних технологій.

Джерело: узагальнено автором на основі [12]

повіддю для вирішення поточних питань у різних секторах, тому багато компаній реалізовують його для отримання конкурентної переваги за рахунок прозорості в їх діяльності. Але впровадження такої системи може викликати значні труднощі, адже змінювати й адаптувати ланцюги поставок досить важко. Компанії витрачають роки на реорганізацію ланцюгів поставок, тому недооцінювати інтеграцію нової технології всередину неможна.

Одним з основних бар'єрів на шляху впровадження блокчейн можна назвати відсутність підготовленого персоналу – фахівців, які мають досвід у криптовалютному просторі та розумінні крипто-активів. Відповідно, компанія, яка планує впроваджувати інновацію у свою роботу, повинна більше дізнатися про специфіку роботи в ній та проаналізувати бізнес для оцінки потенційних переваг і недоліків. Поряд із цим фахівці наголошують на технологічній недосконалості системи, а саме проблеми поломки обладнання та хакерські атаки на масиви даних. Варто розуміти, що сьогодні прийняття блокчейна як інноваційної технології управління ланцюгами поставок досить повільне через пов'язані ризики та скептицизм окремих компаній, але дуже ймовірно, що скоро вона заслужить довіру, а її використання підвищує ефективність у галузі.

Висновки. Дослідження особливостей технології блокчейн та аналіз досвіду використання даного інструменту у логістичній сфері дають змогу виявити основні переваги, які можна отримати від її впровадження.

По-перше, відповідність та прозорість, що забезпечується чітко визначеною мережею учасників, в якій дозволено членство і права доступу для всіх контактів в обраній бізнес-мережі. За таких умов виключається можливість доступу конфіденційної інформації третім сторонам та практика шахрайства.

По-друге, конфіденційність транзакцій, яка проявляється в тому, що компаніям надається гнучкість і безпека проведення транзакцій, які видно тільки її учасникам у разі використання правильного ключа шифрування.

По-третє, доступність до інформації: можна просто і швидко знайти, синхронізується вся інформація між учасниками, дозволений і миттєвий доступ до даних у цифровій системі, відповідно, відбувається скорочення часу взаємодії між учасниками, що зменшує затримки в операціях.

Збільшення довіри клієнта, адже блокчейн дає змогу компаніям надавати достовірну інформацію щодо продукту на всіх етапах його життєвого циклу, а клієнтам – знайти всю необхідну інформацію про продукти, спосіб транспортування та упаковку. Компанії можуть мати відгук у реальному часі від споживачів, оскільки клієнти можуть відповідати на продукти, які вони купили або отримали в режимі реального часу. Це може допомогти різним учасникам ланцюга поставок аналізувати свою роботу та уникнути помилок.

Незаперечною перевагою є й використання хмарних технологій та перенесення інформації з фізичних носіїв. Для обслуговування значної кількості поточних процесів доставки традиційно використовують папір, який має свої обмеження у застосуванні. У блочній системі вся інформація про процеси доставки буде цифровою, що дасть змогу учасникам отримувати відповідні дані в будь-який момент. Отже, це зменшує ризики та підвищує якість логістичних процесів і водночас дає організації змогу зменшити кількість відходів, псування та дефектів.

Наступною перевагою є можливості програмування: з одного боку, використання блокчейн призводить до зменшення програм, що використовуються у роботі, а з іншого – інтелектуальні контракти передбачають можливість автоматизувати бізнес-процеси в обраній мережі.

Список використаних джерел:

1. Что такое блокчейн? Расскажем простыми словами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://coinspot.io/beginners/chto-takoe-blokchejn.
2. Потапчук Г. 2017-й – год blockchain в мире. Просто о технологии и ее применении в отрясли / Г. Потапчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://my-trade-group.com/index.php/mneniya/item/9251
3. Технология блокчейн (blockchain) – что это такое простыми словами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://real-investment.ru/finansovaja_gramotnost/blokchejn_blockchain_chto_ehto_takoe_prostymi_slovami
4. Просто и доступно о Blockchain. Что это и как работает. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://golos.io/ru--golos/@aleco/prosto-i-dostupno-o-blockchain-chto-eto-i-kak-rabotaet
5. Оленькова А. Всё о технологии blockchain, покорившей мир / А. Оленькова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.lobanov-logist.ru/library/362/63236/.
6. Кабмін затвердив впровадження технології Blockchain у Держземкадастрі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agravery.com/uk/posts/show/kabmin-zatverdiv-vprovadzenna-tehnologii-blockchain-v-derzzemkadastri
7. Технология Blockchain. Часть 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://medium.com/@research15/blockchain2-f9ad32026c57
8. Блокчейн в ритейле и логистике: Walmart проводит експеримент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://prague.blockchainconf.world/ru/news/blokcheyn-v-riteyle-i-logistike-walmart-provodit-eksperiment-58068
9. Боюк Е. Maersk внедряет блокчейн, чтобы ускорить доставку грузов / Е. Боюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://logist.today/2017/03/14/maersk-внедряет-блокчейн-чтобы-ускорить-до/.
10. Порт Антверпен тестирует блокчейн в логистике [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://freebitcoins.pp.ua/port-antverpen-testiruet-blokchejn-v-logistike/.
11. Морская доставка при помощи blockchain, IoT&smart contracts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://logist.fm/news/morskaya-dostavka-pri-pomoshchi-blockchain-iotsmart-contracts
12. IBM разрабатывает блокчейн-платформу для логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://logist.today/2017/06/23/ibm-razrabatyvaet-blokchejn-platformu-dlja-logistiki/.
13. Савельев И.Е. Технология blockchain и ее применение / И.Е. Савельев // Прикладная информатика / Journal of applied informatics. – 2016. – Т. 11. – № 6(66).

Аннотация. В статье рассмотрена технология блокчейн как инновационный инструмент управления цепями поставок. В частности, определены сущность и предпосылки развития блокчейн, принципы и специфика функционирования системы, а также схема ее работы. Особое внимание уделено исследованию зарубежного опыта использования блокчейн как в финансовой сфере, так и в других отраслях экономики. Обоснованы возможности реализации технологии в повышении эффективности логистической инфраструктуры и ритейла. По результатам исследования определены преимущества, которые можно получить от внедрения технологии блокчейн в логистический процесс.

Ключевые слова: логистика, инновации, управление цепочками поставок, блокчейн, blockchain, умные контракты, smart contracts.

Summary. The article considers blockchain as an innovative tool for managing supply chains. In particular, the essence and preconditions of the development of blockchain, the principles and specifics of the functioning of the system, as well as the scheme of its work, are determined. Special attention is paid to the study of foreign experience in the use of blockchain in the financial sector and other sectors of the economy. The possibilities of realization of technology in increase of efficiency of logistic infrastructure and retail are substantiated. The results of the study identified the benefits that can be derived from the introduction of blockchain in the logistics process.

Key words: logistics, innovations, supply chain management, blockchain, intelligent contracts, smart contracts.

УДК 336.63

Кузьмук С. Г.
аспірант кафедри фінансів і кредиту
Чернівецького національного університету
імені Юрія Федьковича

Kuzmuk S. H.
post-graduate student of Finance and Credit Department
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ОПТИМІСТИЧНІ УПЕРЕДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ УПРАВЛІНЦІВ

OPTIMISTIC BIAS OF UKRAINIAN MENEGERS

Анотація. У статті проаналізовані очікування українських управлінців щодо розвитку їхнього бізнесу та фактори, що на нього впливають. Досліджено теоретичний фундамент оптимістичних упереджень. Проаналізовано статистичні показники та визначено роль поведінкового оптимізму українських менеджерів.

Ключові слова: оптимізм, оптимістичні упередження, фактори оптимістичних рішень, очікування промислових підприємств, самовпевненість менеджерів.

Постановка проблеми. Розум людини є потужним інструментом. Він може захищати, виправдовувати, обманювати тощо. Одним із проявів впливу розуму людини та її способу мислення у фінансовому вимірі є оптимістичні упередження суб'єктів прийняття рішень. Найкраще вони простежуються в інвестиційній діяльності, де прийняття рішень ґрунтується на аналізі індексів та тенденцій, а в реальних рішеннях власні майбутні успіхи переоцінюються, у результаті чого управлінці очікують нереально високої віддачі (рис. 1).

Оптимістичні упередження управлінців компаній роблять вагомий внесок у викривлення причинно-наслідкових зв'язків між прийняттям успішних фінансових рішень та отриманням фінансового зиску в результаті реалізації фінансових проектів, що забезпечує актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи оптимістичних упереджень розглядаються вченими – прихильниками поведінкових фінансів як один із найочевидніших проявів ірраціональності економічних суб'єктів у прийнятті рішень. Ця тема досліджується за кордоном такими вченими, як С. Гервайс, Т. Одін, Д. Канеман, Д. Ловалло, І. Велч та інші. С. Ховея та В. Кларк запропонували вимірювати оптимістичні упередження через дві детермінанти ризику: абсолютний ризик – коли індивідуум або господарюючі суб'єкти оцінюють вірогідність настання негативної події з власним бізнесом порівняно з фактичним шансом настання негативної події, та порівняльнмй ризик – коли сукупність суб'єктів оцінюють імовірність відчуття негативної події у власному бізнесі (оцінка їх особистих ризиків) порівняно з іншими

Загальний показник дохідності на фондовому ринку	Очікування дохідності інвесторами віком від 35 років	Очікування дохідності інвесторами віком до 35 років
• 3,8%	• 8,4%	• 10,2%

Рис. 1. Огляд компанії з управління активами Schroders очікувань американських інвесторів [1]

суб'єктами в тій же сфері діяльності (оцінка цільового ризику) [2]. Однак проблема аналогічних проявів на практиці українських підприємств реального сектору економіки практично не аналізувалася, що актуалізує це дослідження.

Мета статті – аналіз оцінки українськими управлінцями успішності майбутніх проектів та прояву їх оптимістичних упереджень.

Виклад основного матеріалу. Опитування 672 підприємців – представників різних сфер діяльності, регіонів та зовнішньоекономічної орієнтації, проведене Національним Банком України у лютому-березні 2017 року, щодо очікувань комерційної сфери на 2017 рік [3] дало такіі результати: основною перешкодою для розвитку промислових підприємств підприємці називають завищені ціни на енергоносії та матеріали. При цьому в 2017 році компанії очікували продовження поступового збільшення виробництва товарів і послуг (на 6,1%) і уповільнення темпів інфляції. Крім цього, ми могли стати свідками пожвавлення ділової активності (індекс ділових очікувань потенційно мав підвищитися до 113,3%). Ще в 2017 році підприємства планували частіше брати кредити в національній валюті.

Як демонструє це опитування, очікування підприємців щодо розвитку їхнього бізнесу на 2017 рік цілком амбітні. Заглиблюючись у тему менеджерського оптимізму в Україні, проаналізуємо детальніше очікування промислових підприємств (як одного з найбільш значущих складників економіки України) у III кварталі 2017 року та порівняємо отримані результати з оцінкою реалізації конкретних пунктів цими самими підприємствами у II кварталі 2017 року.

Щодо оцінки поточного обсягу замовлень на виробництво продукції (попиту) у промисловості за період до II кв. 2017 року включно, то вона є негативною і становить -31% (рис. 2).

Рис. 2. Оцінка поточного обсягу замовлень на виробництво продукції (попиту) у промисловості (дані сезонно скориговані) [4]

Рис. 3. Оцінка поточного обсягу іноземних замовлень на виробництво продукції (експортного попиту) у промисловості (дані сезонно скориговані) [4]

Рис. 4. Оцінка поточного обсягу запасів готової продукції у промисловості (дані сезонно скориговані) [4]

Рис. 5. Очікування щодо забезпеченості замовленнями підприємств різних сфер діяльності (дані сезонно скориговані) [4]

Оцінка поточного обсягу іноземних замовлень на виробництво продукції (експортного попиту) є стабільно негативною, тобто попит з боку іноземних споживачів підприємці не вважають вагомим фактором для успішності власного бізнесу (рис. 3).

Оцінка поточного обсягу запасів готової продукції як у промисловості загалом, так і в переробних галузях є негативною та становить -8% (рис. 4).

У попередніх періодах оцінка за розглянутими показниками є негативною, тобто, виходячи з досвіду ведення бізнесу управлінцями у минулому, у останніх могло скластися враження, що сфера їхньої діяльності не є перспективною для розвитку (розширення) бізнесу, оскільки в цьому процесі має місце ризик повторення уже пережитих негативних подій (таким міг би бути раціональний висновок, який мав би відобразитися на планах (очікуваннях) керівників підприємств щодо аналогічних показників у подальших періодах за умови, що динаміка продовжуватиме зберігатися). Однак проведені дослідження продемонстрували такі очікування управлінців підприємств промислового виробництва:

– показник забезпеченості замовленнями на наступний квартал (3 місяці) буде еквівалентний понад чотирьом місяцям роботи підприємства (рис. 5);

– збільшення на 1,2 в. п. завантаженості виробничих потужностей, яка в середньому становить 66,7% (рис. 6);

Рис. 6. Завантаженість виробничих потужностей підприємств різних сфер діяльності [4]

Рис. 7. Очікувані зміни кількості працівників на промислових підприємствах (дані сезонно скориговані) [4]

Рис. 8. Очікувані зміни обсягу виробництва продукції у промисловості (дані сезонно скориговані) [4]

Рис. 9. Очікувані зміни відпускних цін на продукцію промисловості [4]

– збільшення кількості працівників на промислових підприємствах (рис. 7);

– очікування щодо обсягу виробництва продукції в липні-вересні 2017 р. становлять 14% і є позитивними від кінця 2015 року (рис. 8);

– відпускні ціни на продукцію промисловості будуть продовжувати зростати (рис. 9).

Порівняльний аналіз оцінки та очікувань щодо факторів, які визначають рівень виробництва промисловими підприємствами України, демонструє, що останні, усвідомлюючи в результаті власного досвіду несприятливі тенденції розвитку власного бізнесу, у майбутньому в абсолютній більшості розраховують на покращення показників своєї діяльності (збільшення обсягів виробництва, збільшення попиту (в тому числі іноземного), збільшення відпускних цін і тощо), у тому числі за рахунок своїх рішень та особистих якостей. Це підтверджує, що, як і інші суб'єкти прийняття рішень, управлінці реального бізнесу в Україні регулярно перебільшують свої здібності, особливо щодо неоднозначних та важкооцінюваних рис, таких як управлінські навички та підприємливість. Їхня самовпевненість може змусити їх припустити, що вони зможуть уникнути або подолати потенційні ризики під час реалізації запланованого курсу розвитку, оскільки вони, найімовірніше, оцінюють свої шанси на успіх як вищі, ніж середньостатистичні у визначеній галузі.

Налаштованість управлінців українських підприємств на розвиток власного бізнесу попри власну негативну оцінку минулих подій підтверджує і динаміка капітальних інвестицій у галузях, оскільки саме рівень капітальних інвестицій демонструє стратегічний напрям діяльності будь-якого підприємства. Так, у 2016 році індекс капітальних інвестицій становив 118%, а у першому півріччі 2017 року – 122,5% наростаючим підсумком [4], а беручи до уваги той факт, що 74,3% (станом на січень-червень 2017 року) капітальних інвестицій освоюються за рахунок власних коштів, стабільно позитивні зміни розміру капітальних інвестицій також свідчить про впевненість управлінців підприємств в успішній реалізації своїх майбутніх проектів, адже на кону – власні кошти. Це пов'язано з тим, що рішення підприємства щодо інвестування власного капіталу передбачає впевненість власників фірми (акціонерів) у зростанні власного благополуччя в результаті такого вкладання коштів, тобто перевищення віддачі від капітальних інвестицій (у разі отримання довгострокового ефекту) над витратами, пов'язаними з їх освоєнням, а також підтверджує теорію про те, що люди, які мають безпосереднє відношення до прийняття рішень у бізнесі, надмірно самовпевнені, а це проявляється у схильності переоцінювати точність своїх знань та інформації, якою керуються керівники підприємств у прийнятті рішень (а у ситуації з капітальним бюджетуванням – приводять до переінвестування, або надмірного інвестування). Особливо це проявляється тоді, коли йдеться про комплексні рішення, для яких необхідним є проектування майбутніх грошових потоків для широкого кола невизначених факторів та результатів. Як правило, люди найбільше самовпевнені саме у таких багатокомпонентних питаннях (як, наприклад, капітальні інвестиції). Інші фактори надмірної самовпевненості менеджерів наведені на рис. 10.

Виходячи з наведеної схеми, узагальнюємо, що існують об'єктивні передумови для формування менеджерського оптимізму, в тому числі рекрутинговий відбір, адже амбітний та самовпевнений претендент на роль управлінця зазвичай викликає більше симпатій з боку працедавця порівняно з більш реалістичним претендентом (прогнози якого щодо успішності майбутніх проектів менш захмарні) і значно більше симпатій порівняно з песимістично налаштованим претендентом на посаду управлінця.

Цим дослідженням ми не намагаємося довести, що управлінський оптимізм є негативним явищем або що менеджери повинні намагатися викорінити цю рису з себе або своїх організацій. Оптимізм породжує набагато більше ентузіазму (а у разі ініціювання нових проектів – мотивів), ніж реальність (не кажучи вже про песимізм), і оптимізм дає людям змогу підвищувати власну ефективність та бути стійкими у складних ситуаціях або у досяганні складних цілей [8]. Компанії повинні заохочувати оптимізм у своїх працівників, однак водночас вони повинні генерувати реалістичні прогнози, особливо тоді, коли на карту поставлені великі суми грошей. Тут необхідно знайти баланс між оптимізмом та реалізмом – між цілями та прогнозами. Прогресивні цілі (які, однак, потребують значних зусиль) можуть мотивувати виконавців та підвищити шанси на успіх, які, проте, ніколи не досягають показника 100%, а це означає, що частина менеджерів, які прийняли обґрунтоване (на їхню думку) рішення в результаті власної оцінки майбутньої вигоди, зазнала невдачі у процесі реалізації своїх проектів.

Рис. 10. Фактори надмірної самовпевненості менеджерів підприємств у прийнятті рішень (удосконалено автором на основі [5; 6; 7])

Звернемося до статистичних даних щодо інформації про ймовірність успішного функціонування новоствореного підприємства, і ці дані вкрай промовисті, оскільки, як виявляється, близько половини підприємств закривається протягом перших кількох років. Відповідно до дослідження Б. Кардомі, протягом 10 років функціонування 96% бізнесу зазнають невдачі [9], тобто тільки 4 зі ста підприємств можуть похизуватися десятирічним стажем економічної діяльності у вибраній сфері.

К. Спейтс наводить статистичні дані [10], які засвідчують, що як і в 1995-му, так і в 2010 році протягом першого року функціонування у Сполучених Штатах закривалися близько 20% новостворених підприємств, тобто п'ята частина нового бізнесу не може подолати навіть такий рубіж,

як 1 рік. Однак цим дослідженням автор демонструє, що десятилітній рубіж долають близько третини підприємств, що звучить оптимістичніше порівняно з попередніми висновками.

Щодо практики українського бізнесу, то структурованої статистики щодо закриття активних підприємств – представників різних галузей та сфер діяльності не ведеться, однак Державна служба статистики оприлюднила дані щодо демографії українських підприємств (рис. 11).

Рис. 11. Показники статистичної демографії підприємств України у 2013 та 2014 роках (у % до їх генеральної сукупності) [4]

Наведені на схемі показники є меншими порівняно із зарубіжними, однак це не завжди свідчить про те, що в Україні бізнеси функціонують більш успішно, оскільки частина із генеральної сукупності українських підприємств є економічно неактивними, що викривляє цю статистику через збільшення вибірки. Водночас окремі онлайн-сервіси та вчені вдаються до оцінки успішності українських компаній різними способами.

Відповідно до даних порталу моніторингу реєстраційних даних компаній України OpenDataBot [11], у 2016 році в Україні 1524 компанії були визнані банкрутами, тобто близько 0,6% всіх підприємств, а у процесі банкрутства знаходяться 2073 підприємства (більшість із них зареєстровані у Київській області, що є невеликою часткою).

Щодо приватних підприємців, то тут статистика менш оптимістична: за 8 місяців 2017 року понад 253 тис. ФОПів припинили свою роботу, а це 13,5% всіх зареєстрованих приватних підприємців [12]. «Лідером» серед областей за показником частки закритих ФОПів виявилася Волинська область, де менше ніж за три квартали 2017 року закрилося 27% активних приватних підприємців, тобто кожен четвертий ФОП. Незважаючи на високий відсоток неуспішних підприємств/підприємців, в Україні кожного тижня відкривається 1333 нових бізнеси, в тому числі щорічно з'являється близько 300-500 стартапів – ще більш ризикований бізнес, серед яких «виживають» всього 20-40 [13]!

Висновки. З погляду економіки загалом показники закриття компаній та відкриття нових не є деструктивним явищем, а навпаки – результатом здорової конкуренції, у процесі якої втриматися на плаву можуть тільки ті з підприємств, співвідношення «якість – ціна» товару яких максимально задовольняє кінцевого споживача, а менш конкурентоспроможні підприємства виходять із ринку. Однак із погляду окремого господарюючого суб'єкта ці процеси засвідчують неготовність конкретного підприємства встояти у конкурентній боротьбі, а це означає, що на стадії планування діяльності новоствореного підприємства управлінці переоцінили власні здібності щодо можливості подолати зовнішні та внутрішні загрози. Причому згідно з 2015/2016 Global Entrepreneurship Report [14] більше половини підприємств припиняють операційну діяльність через брак прибутку або фінансування, що свідчить про неврахування фінансовим менеджментом всіх ризиків, пов'язаних із майбутньою діяльністю.

Водночас ми не вважаємо, що велика кількість невдач у бізнесі найкраще пояснюється тим, що в результаті раціонального вибору приймаючих рішення агентів їх мета не реалізовується через об'єктивні обставини. Радше це є наслідком недосконалого прийняття рішень управлінцями, що відповідає базисним положенням теорії оптимістичних упереджень менеджерів. Навчання, жорсткі бар'єри у веденні бізнесу та договірні стимули можуть зменшити спотворення фінансових результатів, які виникають унаслідок оптимістичних упереджень, але є недостатніми для їх усунення.

Список використаних джерел:

1. Suzanne Woolley. Bloomberg. June 16, 2016. «Wanted: Big Returns, Low Risk. (And Millennials? They Want 10.2%)». http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-06-16/wanted-big-returns-low-risk-and-millennials-they-want-10-2
2. Gouveia Susana O., Valerie Clarke (2001). «Optimistic bias for negative and positive events». Health Education. 101(5): 228-234.
3. Крыжановский В. Чего ждут предприниматели в 2017 году? [Електронний ресурс] / Вениамин Крыжановский // Бизнес Арена. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://arena.ua/2017/05/10/chego-zhdut-predprinimateli-v-ukraine/
4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ukrstat.gov.ua/
5. Gervais, Simon. 2010. «Capital budgeting and other investment decisions» Hoboken: Wiley.
6. Gervais, Simon, and Terrance Odean. 2001. «Learning to Be Overconfident». Review of Financial Studies 14:1, 1-27.
7. Kahneman Daniel, and Dan Lovallo. 1993. «Timid Choices and Bold Forecasts: A Cognitive Perspective on Risk Taking.» Management Science 39:1, 17-31.
8. Bernardo Antonio E., and Ivo Welch. 2001. «On the Evolution of Overconfidence and Entrepreneurs». Journal of Economics and Management Strategy 10:3, 301-330.
9. Carmody B. Why 96 Percent of Businesses Fail Within 10 Years [Електронний ресурс] / Bill Carmody. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.inc. com/bill-carmody/why-96-of-businesses-fail-within-10-years.html
10. Speights K. Success rate: What percentage of businesses fail in their first year? [Електронний ресурс] / Keith Speights. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.usatoday.com/story/money/business/small-business-central/2017/05/21/what-percentage-of-businesses-fail-in-their-first-year/101260716/#
11. OpenDataBot сповіщатиме підприємців про банкрутство контрагентів [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://opendatabot.com/blog/31-bankruptcy
12. Відслідковуйте закриття ФОПів в реальному часі [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://opendatabot.com/fop
13. Баланчук І.С. Становлення стартапів у світі та Україні [Електронний ресурс] / Ірина Сергіївна Баланчук // УкрІНТЕІ – Режим доступу до ресурсу: www.uintei.kiev.ua/images/files/novosti/09_12_13/6.pptx

14. Kelley D. 2015/16 GLOBAL REPORT [Електронний ресурс] / D. Kelley, S. Singer, M. Herrington // Babson College – Режим доступу до ресурсу: http://www.gemconsortium.org/report/49480

Аннотация. В статье проанализированы ожидания украинских управленцев по развитию их бизнеса и влияющие на него факторы. Исследован теоретический фундамент оптимистичных предубеждений. Проанализированы статистические показатели и определена роль поведенческого оптимизма украинских менеджеров.

Ключевые слова: оптимизм, оптимистичные предубеждения, факторы оптимистичных решений, ожидания промышленных предприятий, самоуверенность менеджеров.

Summary. The expectations of Ukrainian managers regarding their business development and it factors are analyzed in the article. The theoretical basis of optimistic bias is investigated. The statistical indicators on this topic are analyzed and the role of behavioral optimism of Ukrainian managers is determined.

Key words: optimism, optimistic bias, factors of optimistic decisions, expectations of industrial enterprises, managers' self-confidence.

УДК 330.34.01:338.36: 658.5

Легомінова С. В.
кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки підприємств та соціальних технологій
Державного університету телекомунікацій (Київ)

Legominova S. V.
PhD (Economics), Associate Professor,
Professor of the Department of economics enterprises and social technologies
State University of Telecommunications (Kyiv)

ІДЕОГЕНЕЗ КАТЕГОРІЇ СТІЙКОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

IDEOGENESIS OF THE CATEGORY OF SUSTAINABLE INNOVATION DEVELOPMENT IN THE ASPECT OF FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISE

Анотація. Досліджено зміст діфініцій «інноваційна активність», «інноваційний процес», «інноваційний розвиток», «стійкий інноваційний розвиток». Проаналізовано особливості розуміння стійкого розвитку зарубіжними та вітчизняними науковцями. Визначено взаємозв'язок між перманентною інноваційною діяльностю у контексті стійкого розвитку із зосередженням уваги на економічному, екологічному та соціальному аспектах та формуванням конкурентних переваг підприємства сучасності і майбутнього.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційна активність, інноваційний процес, інноваційний розвиток, стійкий розвиток, стійкий інноваційний розвиток, конкурентні переваги.

Постановка проблеми. Стійкий інноваційний розвиток передбачає оперативне вирішення ключових проблем в економічній, соціальній, екологічній сферах, що зумовлює внесення коректив в управлінські рішення, просування креативних та значущих ідей, ініціатив, які певною мірою відповідають реальним потребам споживача та умотивовують підприємства впроваджувати інновації, ризикувати та формувати стійкі конкурентні переваги на національних та світових ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формуванням наукового базису вивчення проблем стійкого інноваційного розвитку займалися чимало зарубіжних та вітчизняних науковців (А. Бассен, Л. Бурк, А. Буховац, В. Гугінс, Дж. Елкінгтон, М. Епштейн, Дж. Логздон, К. Мейер, П. Мірвіс, Е. Немлі, Р. Нідумолу, К.С. Прахалад, М. Рангасвамі, М. Рой, Д. Шланге).

Дослідженню сутності інноваційної діяльності приділяли увагу Р. Алимов, М. Бажанова, В. Баранчеєв, П. Завлін, М. Кувшінов, В. Попов, А. Расулев, А. Тріфілова, Р. Фатхутдінов.

У процесі наукових пошуків розроблено багато пропозицій, але вагома проблематика поєднання стійкого інноваційного розвитку із формуванням конкурентних переваг вимагає суттєвого доопрацювання.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних положень щодо інноваційного розвитку, висвітленні проблематики та знаходженні певних точок дотику стійкого інноваційного розвитку як головного імперативу щодо формування конкурентних переваг підприємства.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на чисельні спроби вирішення проблеми стійкого інноваційного розвитку, варто зауважити, що сьогодні немає чіткого концепту-

ального підходу до визначення сутності дефініцій «інноваційна діяльність», «інноваційна активність», «інноваційний процес», «інноваційний розвиток», «стійкий інноваційний розвиток», які характеризують це явище.

Варто зауважити, що конкурентні переваги формуються тільки у підприємств, які інноваційно орієнтовані та в діяльності яких спостерігається перманентна інноваційна активність, яка охоплює всі інноваційні процеси на підприємстві, що дає можливість оцінити зв'язок масштабів інноваційних розробок та їх дифузію з певними результатами відповідно до поставлених цілей (місій) підприємства, а також здійснити вибір спрямування інноваційної дільності та формування стратегії інноваційного розвитку, стійкого інноваційного розвитку.

Найбільш вдалим є трактування інноваційної діяльності М. Кувшинова, М. Бажанової [1]: «Процес, спрямований на втілення результатів наукових досліджень і розробок у різних сферах діяльності господарюючого суб'єкта (технічної, технологічної, організаційно-управлінської, соціальної і т. д.), результатом якого буде досягнення кращих порівняно з конкурентами показників у поточній і прогнозованій ринкової ситуації». Воно поєднує загальні погляди на категорію «інноваційна діяльність» інших авторів [2; 3; 4].

Інноваційна активність науковцям визначається на двох рівнях – стратегічному та тактичному (табл. 1).

Таблиця 1

Інноваційна активність підприємства

Рівні	Показники
Стратегічний	– якість інноваційної стратегії конкуренції; – нагромадження інноваційного потенціалу; –рівень мобілізації інноваційного потенціалу; –підвищення рівня ринкової вартості та інвестиційної привабливості; –рівень залучених капіталовкладень – інвестицій; –забезпечення гнучкої кон'юнктурної та цінової політики; – рівень культури; –обгрунтованість рівня проактивності; –рівень розвитку інтелектуалізації персоналу; –рівень забезпечення інформацією.
Тактичний	– відповідність реакції підприємства характеру конкурентної стратегічної ситуації; –швидкістю проведення інноваційних змін.

Складено та доповнено автором на основі [3; 5; 6]

Більш ємною категорією, ніж «інноваційна діяльність» та «інноваційна активність» є «інноваційний процес», який не переривається після впровадження нововведення, оскільки у міру поширення воно вдосконалюється, робиться більш ефективним, набуваючи раніше невідомих властивостей [1], та комплексно охоплює стадії, рівні, ініціативу щодо розроблення, виготовлення та просування продукції, технології, задовольняючи потреби суспільства.

Інноваційний процес – процес нагромадження фундаментально-теоретичних та наково-практичних досліджень, науково-дослідних та дослідно-конструкторских робіт та розробок, виробництво, маркетинг та отримання результатів (комерціалізаційний ефект), відкриття нових сфер, конвергенція застосування, синергетичний ефект від утілення.

Щодо категорії «інноваційний розвиток» у нашому дослідженні ми будемо відштовхуватися від визначення, яке запропонував Н. Завлін: «Інноваційний розвиток – це послідовний ланцюг подій від отримання теоретичного знання до використання конкретного продукту, технології, чи послуги, створених на основі нового знання. Він не завершується фактом реалізації інноваційного продукту чи технології на практиці, оскільки під час практичного використання інновація продовжує досліджуватися, удосконалюватися, набувати нових споживчих властивостей» [7].

А.А. Тріфілова [3], досліджуючи дефініцію ««інноваційний розвиток» як економічну категорію, визначила інноваційний розвиток як напрям стратегічного розвитку з потенційної можливістю зростання ефективності виробництва та підвищення довгострокової конкурентоспроможності за рахунок освоєння нових науково-технічних досягнень. Але, на наш погляд, треба зробити ремарку щодо організаційного, екологічного та етичного складників цього розвитку.

В.П. Баранчеєв із колегами [8] у дефініцію «інноваційний розвиток» із позиції соціального об'єкта (підприємства, корпорації, галузі, регіону, країни) включив розуміння посилення і використання своїх інноваційних можливостей для досягнення цілей розвитку і додав охоплення всіх сфер діяльності господарюючого суб'єкта. У цій трактовці «інноваційний розвиток» корелює з поняттям «інноваційний потенціал».

Різноплановість трактувань дефініцій у галузі інновацій, на нашу думку, пов'язана з перманентним її розвитком, доповнюється залежно від умов сучасного розвитку та змушена враховувати наявні та майбутні особливості відповідно до етапів еволюції суспільства.

З огляду на аналіз опрацьованих джерел вважаємо за доцільне визначити власне бачення на стійкий інноваційний розвиток підприємства. Під стійким інноваційним розвитком маємо розуміти перманентну, упорядковану, планову, готову до інноваційних змін сукупність стратегічно-цілеспрямованих перетворень, які охоплюють усі сфери господарської діяльності підприємства (наукову, організаційно-управлінську, технічну, технологічну, виробничу, фінансову, маркетингову, соціальну та морально-етичну), що дає змогу складній системі підприємства ефективно здійснювати свою діяльність, адекватно реагувати на сучасні виклики зовнішнього середовища, формувати конкурентні переваги якісно вищого рівня порівняно з конкурентами.

Концепція стійкого розвитку включає в себе економічні, соціальні, екологічні аспекти та започаткувала своє існування наприкінці XX століття, звернула увагу на втілення соціальних та екологічних інновацій на національному та світовому рівнях, ознаменувала їх як фактори набуття конкурентних переваг підприємства.

Основні принципи концепції сталого розвитку були закладені в таких міжнародних документах, як Ріо-де-Жанейрська декларація з навколишнього середовища і розвитку, Програма дій Міжнародної конференції з народонаселення та розвитку, Пекінська платформа дій, Декларація тисячоліття і підсумковий документ Конференції ООН зі стійкого розвитку [9].

Концепція стійкого розвитку, висвітлена Джоном Елкінгтоном в 1994 році [10], охоплювала три напрями (економічний, екологічний та соціальний), отримала назву triple bottom line (концепція триєдиного підсумку), це акронім 3P англійських слів people (люди), planet (планета), profit (прибуток). Відповідно до загальної концепції стійкого розвитку діяльність підприємства характеризують відповідні економічні, екологічні та соціальні показники. Дещо іншого, більш розширеного підходу дотримуються М. Епштейн, А. Буховац [11; 12]. Вони акакцентують увагу на дев'яти напрямах (цінності продукту, керівництві, прозорісті, ділових відносинах, етиці, фінансовій віддачі, залученості суспільства, трудових

відносинах і захисті навколишнього середовища) та розглядають стійкий розвиток підприємства як фокусування на створенні довгострокової цінності для інвесторів. Це пояснюється перманентними конфліктими ознаками фінансового, екологічного та соціального напрямів розвитку підприємства.

Виграшні компроміси, як правило, приймаються більше в бік фінансових досягнень, ніж екологічних чи соціальних, але треба зробити акцент на стадії розвитку підприємства, чим визначається та простежується закономірність поведінки господарюючого суб'єкта. Вихід на більш високий рівень розвитку не дає змоги уникнути проблем екології та соціальної сфери, вимоги диктуються суспільством та його вибором, з яким варто рахуватися підприємству, яке прагне до лідерства.

Спираючись на зарубіжний досвід [13, с. 3], стійкий розвиток має на увазі стійкий розвиток підприємства, корпорації, фірми, організації з обов'язковою присутністю корпоративної соціальної відповідальності, яка охоплює п'ять стадій: 1) формується бачення підприємства, фокус його активності, ключові актори; 2) необхідність урахування проблем сучасності; 3) стійкість забезпечується розширенням комунікацій зі всіма акторами ринку; 4) починається процес інтегрування на всіх рівнях діяльності з соціальною спрямованістю; формується якісно новий організаційний рівень діяльності – мережі, квазіінтеграційні структури; 5) відбувається реконструювання ринків, урядових структур, поведінки споживачів. Стейкхолдери починають диктувати вимоги, відбувається процес взаємоузгодженості цілей та завдань діяльності підприємства із зацікавленими особами, що дає змогу фахівцям будувати моделі стійкого розвитку з акцентуванням на певних стадіях, фіксуванням результатів кожної з них та формулюванням певних ознак цих стадій. Визначається закономірність проходження підприємством визначенних стадій, перехід від кількісних перетворень до якісно нового трансформаційно-інноваційного рівня розвитку.

Л. Бурк та Дж. Логздон корпоративну соціальну відповідальність розглянули як інструмент набуття максимальної цінності підприємства за рахунок критеріїв для вибору проектів та програм (специфічності, пріоритетності, проактивності, добровільності та наочності), що дає змогу отримати конкурентні переваги підприємству у довгостроковій перспективі [14].

Вагомий внесок у вирішення проблеми внесли Р. Нідумолу, К.С. Прахалад, М. Рангасвамі, які визначили стратегію стійкого розвитку підприємства, що містить п'ять етапів (табл. 2).

Варто погодитися з Е. Немлі, яка пов'язує інтегрування соціального та екологічного складників стійкого розвитку до корпоративних цілей підприємства та визнання їх як формування конкурентних переваг та конкурентних можливостей. Компанії, які змінюють свою позицію щодо екологічного та соціального тиску та інтегрують складники стійкого розвитку у свій бізнес, будуть мати конкурентну перевагу над своїми суперниками і привілеї щодо надання їм пільг [16, с. 9-10].

Таким чином, проходження стадій характеризується логічностю та передбачає розвиток від простого до складного, що забезпечує розуміння процесів на різних стадіях та формування певних знань і навичок коригування непередбачених ситуацій. Відправною точкою є раціоналізація інноваційних виробничих процесів шляхом розроблення та застосування механізмів акселерування, які покладені в основу розповсюдження інновацій та диференціації виробництва.

Відчизняні вчені, як правило, пов'язують стійкий розвиток підприємства зі стійкістю внутрішнього середовища підприємства до зовнішніх викликів, а саме організаційнлю, ресурсною, виробничою, політичною, соціальною, маркетинговою, екологічною, інвестиційною та інноваційною стійкістю.

Стійкий розвиток підприємства – це підхід до управління бізнесом, заснований на створенні довгострокової цінності для широкої групи стейкхолдерів, що включає серед інших майбутні покоління шляхом управління економічними, екологічними і соціальними чинниками. Варто також відзначити, що критерії стійкості підприємства змінюються з часом, зміст поняття залежить від теоретичних парадигм, що діють у суспільстві, локальних традицій ведення бізнесу та економічного розвитку, періоду часу [17].

Таблиця 2

Стратегія стійкого розвитку підприємства

Етапи	Сутність етапів
Відповідність як можливість	Приведення діяльності підприємства до національних та світових екологічних стандартів, які закріплені в нормативно-правових актах, введення екологічних та соціальних інновацій, що за дифузії дасть змогу формувати економію за рахунок масштабу, створюючи конкурентні переваги на собівартості продукції.
Створення цільових ланцюжків стійкого розвитку	Зосереджується увага на скороченні споживання невідновних ресурсів, таких як вугілля, нафта та природний газ, а також відновлюваних ресурсів, таких як вода та деревина. Прагнення бути більш ефективним поширюється від виробничих потужностей до ланцюжка створення вартості. Розробляється екологічно чиста сировина та компоненти, зменшуються витрати. Початкова мета – створення кращого іміджу, а також зниження витрат або створення нових підприємств.
Проектування стійких продуктів та послуг	Відбувається розроблення певних продуктів і послуг згідно з усвідомленням керівниками віддачі споживачами переваги екологічно чистим пропозиціям. Створюється якісно новий ринок органічних та екологічних продуктів.
Розроблення нових бізнес-моделей	Розробляються нові бізнес-моделі, які передбачають нові підходи до пропозиції товарів і послуг, забезпечують фінансові вигоди, сприяють екологічної безпеці. Досвід приведе до завершального етапу стійкого інноваційного розвитку, де вплив нового продукту або процесу поширюється за межі єдиного ринку.
Створення додаткових практичних платформ	Практики змінюють парадигми. Розвиток інновації вимагає від керівників постановки під сумнів імпліцитних припущень, що стосуються поточної практики. Поєднання розвитку інтернету та енергоменеджменту, що є привабливою нішею для інвесторів, дасть поштовх розвиткові інноваційних технологій та продуктів-лідерів на ринку, сформує інтелектуально-інноваційні практичні платформи. Лідерство та талант стають панівними у сучасному світі. Стійкість – це інновації.

Складено та доповнено автором на основі [15]

Забезпечення стійкого ефективного розвитку підприємства знаходить своє відображення в досягненні систем цілей (соціальних, економічних, технічних і екологічних) на основі послідовного здійснення принципу відповідальності перед суспільством. У цьому разі прибуток не є вже кінцевою метою, на яку повинна орієнтуватися управлінська діяльність. Він є однією з економічних цілей і виконує важливу функцію – є засобом досягнення всієї системи цілей.

Як критерій оцінки стійкого ефективного розвитку підприємства можна застосовувати такі показники, як досягнення стійких темпів економічного зростання основного виду діяльності підприємства, отримання прибутку, достатнього для самофінансування економічного розвитку і забезпечення його стійкого зростання в динаміці.

На рівні компаній розвиток відповідно до принципів стійкого розвитку має на увазі діяльність в межах концепції триєдиного підсумку.

Економічний аспект покриває не тільки фінансові показники компанії – він також націлений на аналіз вкладу компанії в розвиток національної економіки і на опис її економічної стратегії розвитку. У цій області серед основних показників можна бачити дані звіту про прибутки і збитки, розміри інвестицій в інтелектуальний капітал, внутрішні і зовнішні соціальні програми, результати оцінки задоволеності споживачів, відомості про якість продукції.

Соціальна сфера включає внесок компанії в охорону праці та здоров'я персоналу, соціальні програми допомоги населенню, в яких брала участь компанія, доказ дотримання нею прав людини. Основні показники цього розділу описують правила управління персоналом, корпоративний кодекс фірми, відносини компанії з населенням.

Екологічний аспект спрямований на захист навколишнього середовища і відноситься до застосовуваних компанією технологій для підтримки екологічного балансу. У цій сфері мають значення показники споживання енергії, водних та інших ресурсів, дані про викиди різних категорій забруднюючих речовин [18, с. 28].

Висновки. Підприємство набуває конкурентних переваг, якщо розвивається відповідно до загальнопризнаної концепції стійкого розвитку з інноваційною спрямованістю, яка враховує економічні, соціальні, екологічні, культурні та етично-моральні аспекти з метою задоволення споживачів із деяким лагом випередження формування нових побажань та вимог за дотримання проходження всіх стадій розвитку, визначаючи більш високі цілі інноваційної діяльності та передбачаючи вирішення проблем із випередженням. Актуальним є пошук моделі стійкого інноваційного розвитку підприємства, яка відповідала б колосальним викликам глобалізації та стимулювала управлінські команди розробляти стратегії, чітко сприймаючи підприємство як сукупність елементів складної системи із застосуванням інноваційних упроваджень, враховуючи розмаїття чинників впливу, інтересів та закономірності взаємодії між зацікавленими сторонами. Варто зробити акцент на проблемному аспекті когнітивного характеру – несприйнятті інновацій взагалі. Стримуючим фактором є сутність людини, страх перейти на новий якісний розвиток (що приводить до втрати часу). Знаходження консенсусу між акторами інноваційного процесу дало би поштовх до стійких конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Кувшинов М.С., Бажанова М.И. Сущность и структура механизма инновационного развития промышленной интегрированной структуры / М.С. Кувшинов, М.И. Бажанова // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 30. – С. 50-55.
2. Расулев А. Стимулирование инновационной активности в экономике / А. Расулев, Р. Алимов // Общество и экономика. – 2007. – № 5-6. – С. 13-16.
3. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2004. – 400 с.
5. Попов В.Д. Инновационная активность предприятий: проблемы и перспективы / В.Д. Попов – Краснояр. гос. агр. Ун-т. – Красноярск, 2001. – 53 с.
6. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
7. Завлин П.Н. Основы инновационного менеджмента: теория и практика. / П.Н. Завлин, Л.С. Бирютин, А.В. Валдайцев и др. – М.: Изд. «Экономика», 2000. – 475 с.
8. Баранчеев В.П. Жизненные циклы и механизм инновационного развития / В.П. Баранчеев, А.Е. Ройко, И.В. Степанов, И.В. Краюшкин // Наука и промышленность России. – 2002. – № 10. – С. 33-43.
9. Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года: резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций 25 сентября 2015 года [Электронный ресурс]. https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N15/291/92/PDF/N1529192.pdf?OpenElement
10. Elkington J. Cannibals With Forks: The Triple. Bottom Line of 21st Century Business. Capstone,. Oxford, 1997, 402 p.
11. Epstein M.J., Rejc Buhovac A., Solving the sustainability implementation challenge, Organizational Dynamics, (39), 2010, p. 306-315.
12. Epstein M.J., Roy M.-J. Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance. Journal of Corporate Citizenship 9, 2003, p. 79-96.
13. Mirvis P., Googins B. (2006) Stages of Corporate Citizenship: A Developmental Framework. The Center for Corporate Citizenship at Boston College, 24 p.
14. Burke L., & Logsdon J.M. (1996). How corporate social responsibility pays off. Long Range Planning, 29(4), p. 495-502.
15. Nidumolu R., Prahalad C.K., Rangaswami M.R. (2009) Why Sustainability Is Now the Key Driver of Innovation [Электронный ресурс]. https://hbr.org/2009/09/why-sustainability-is-now-the-key-driver-of-innovation
16. Nemli E. The Status of Corporate Sustainability in Turkish Companies, 2004.
17. Bassen A., Meyer K., Schlange J. The Influence of Corporate Responsibility on the Cost of Capital// Working paper. 2006.
18. Перцева Е.Ю. Реализация концепции устойчивого развития компании на основе проектно-портфельной методологии: дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством (менеджмент)» / Е.Ю. Перцева. – М., 2009. – 228 с.
19. Родионова Л.Н., Абдуллина Л.Р. Устойчивое развитие промышленных предприятий: термины и определения // Нефтегазовое дело. – 2007. – № 1.

20. Шишло С., Усевич В., Андросик Ю. Устойчивое развитие предприятия как драйвер интеграционных процессов / С. Шишло, В. Усевич, Ю. Андросик // Труды БГТУ. – 2016. – № 7. – С. 297-300.

Аннотация. Исследована сущность дифиниций «инновационная активность», «инновационный процесс», «инновационное развитие», «стойкое инновационное развитие». Проанализированы особенности взглядов на понимание устойчивого развития зарубежными и отечественными учеными. Определена взаимосвязь между перманентной инновационной деятельностью в контексте устойчивого развития с сосредоточением внимания на экономическом, экологическом и социальном аспектах и формированием конкурентных преимуществ предприятия современности и будущего.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационная активность, инновационный процесс, инновационное развитие, устойчивое развитие, устойчивое инновационное развитие, конкурентные преимущества.

Summary. The main aspects of the essence of the following definitions: «innovative performance», «innovative activity», «innovative process», «innovative development», «sustainable innovative development» were studied. The peculiarities of sustainable development views by both foreign and national scientists were analyzed. The interconnection between permanent innovative performance in the context of sustainable development conception, focusing on economic, ecological and social aspects and through forming competitive advantages of an enterprise today and in the future.

Key words: innovative performance, innovative activity, innovative process, innovative development, sustainable development, sustainable innovative development, competitive advantages.

УДК 379.851

Ліхоносова Г. С.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри «Туризм»
Кременчуцького національного університету
імені Михайла Остроградського

Likhonosova G. S.
PhD of Economics,
Associate Professor of Tourism Department
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

МОТИВАЦІЙНІ ФАКТОРИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

MOTIVATION FACTORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURIST HOUSES

Анотація. У статті розглянуто об'єктивні та суб'єктивні причини й мотиви, які спонукають споживача до прийняття рішення про подорож і впливають на його поведінку під час вибору туристського продукту серед безлічі альтернатив і можливостей. Визначено роль мотиваційних аспектів у туризмі як визначальних компонентів попиту. Розкрито типи використання туристських мотивів для успішного функціонування туристського підприємства та просування туристичного продукту. Особливу увагу приділено досвіду вивчення об'єктивних і суб'єктивних причин та мотивів подорожі, а також факторам, що спонукають споживача до здійснення туристичної поїздки й впливають на конкретний її вибір. Проведено аналіз мотивувань як основи прийняття споживачем рішення про придбання туристичного продукту, а також способів використання цих мотивів у туристському бізнесі. Розглянуто питання вибору туристичного продукту на рівні конкретного споживача, а також можливий механізм прийняття ним рішення.

Ключові слова: мотив, фактор, стійкий розвиток, туристичний продукт, компоненти попиту, складники мотивації.

Постановка проблеми. Туризм давно став нагальною потребою і невід'ємною частиною життя людини. Рано чи пізно майже кожен член соціуму планує відправитися в подорож. Прагнення людини до різноманітності вражень набуває чітких обрисів, коли вона приходить до рішення провести вільний час поза домом, розраховуючи зі зміною місць зняти нервову напругу і втому.

Туристська мотивація може бути визначена як спонукання людини, спрямовані на задоволення рекреаційних потреб, залежно від її індивідуальних фізіологічних та психологічних особливостей, системи поглядів, цінностей, схильностей, освіти тощо.

У світі налічується понад 300 видів і підвидів подорожі, які постійно доповнюються новими різновидами, здатними задовольнити найрізноманітніші бажання і потреби туриста. Туристська поїздка має у своїй основі мотивацію, яка є одним із найважливіших чинників прийняття рішення про подорож і вибору туристського продукту та його складових елементів. Мотивація вибору туристської подорожі (час, тривалість, напрямок, вид, витрати, характер діяльності) – найважливіша характеристика, що впливає на поведінкові ініціативи туриста під час планування відпочинку, вибору, придбання і здійснення туру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку туристичної галузі нині стають предметами досліджень у багатьох науковців [1, с. 103; 2, с. 9], проте аналізу саме мотиваційних факторів приділено не досить багато уваги, особливо враховуючи тенденції трансформації національних стандартів та орієнтирів, глобалізаційних тенденцій освоєння туристичного ринку.

Мета статті полягає у визначенні мотиваційних факторів розвитку індивідуального туризму та туристичної галузі загалом.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мотиви людини певною мірою формують її поведінку як покупця і споживача товарів і послуг, особливо в туризмі. Адресність туристського продукту є запорукою його продаж. Розуміння мотивів потенційного туриста має величезне значення під час планування, формування та організації процесу реалізації туристичного продукту. Це дає можливість виробляти і пропонувати на ринок той туристський продукт, який найбільшою мірою відповідає споживчим очікуванням.

Туристські мотиви – найважливіші складові елементи системи туристської діяльності, які можна розглядати як визначальні компоненти попиту, основу вибору поїздки та програми відпочинку [3, с. 879]. Отже, туристська мотивація – це та необхідна база, на якій повинна будуватися ефективна система планування, розроблення та реалізації туристичного продукту.

Мотивів, якими керується турист, багато. Причому у туриста завжди присутня ціла гамма спонукальних мотивів, з яких лише певні можуть мати істотну значущість і впливати на механізм і результат ухвалення остаточного рішення. Однак будь-який мотив у конкретній ситуації під впливом певних обставин здатний впливати на поведінку споживача в процесі прийняття ним рішення про подорож і вибір туристичного продукту.

Розуміння туристських мотивів дає змогу забезпечувати відповідність попиту і пропозиції і, як результат, підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок задоволення потреб туриста в конкретному туристичному продукті.

Виявлення, знання і використання туристських мотивів повинні стати найважливішою стратегією туристського підприємства, орієнтованою на визначення ринкових потреб і створення таких видів туристичного продукту, які відображають вимоги певних сегментів ринків. Туристські мотиви як визначальний компонент попиту повинні бути покладені в основу діяльності туристичної фірми з розрахунком, що вироблений туристський продукт зможе забезпечувати туристський попит. При цьому важливим є двоєдиний і взаємодоповнюючий підхід: з одного боку, ретельне, всебічне вивчення та використання мотивів споживача, орієнтація на них виробництва, адресність туристичного продукту; з іншого – активний вплив на наявні мотиви, їх формування.

Таким чином, актуальність і практична значущість мотиваційних аспектів в туризмі очевидні. Розуміння, знання і використання туристських мотивів, що впливають на вибір конкретного туристського продукту і прийняття рішення про подорож, можуть стати запорукою успішного функціонування туристського підприємства, просування і популяризації туристичного напрямку. Виявивши мотиви, можна виробляти ефективні прийоми, що сприяють залученню туриста і надання йому статусу постійного, що, в кінцевому підсумку, прямим або непрямим чином може вплинути на характер і обсяг попиту і збуту. На рис. 1 наведено модель конкурентного ромба за принципом М. Портера, яка вказує на наявність динамічних умов у туристичній сфері, саме тому мотиваційні фактори активізації туристичної діяльності стають провідними аспектами стійкого розвитку національної економіки.

Мотиви певною мірою зумовлюють поведінку людини як покупця туристичного продукту, впливаючи на вибір практично всіх його складових елементів. Не всі туристські мотиви можуть бути чітко сформульовані і визначені, але їх можна систематизувати.

Цілі подорожі є основою початкової відмінності туристських мотивів. Серед них можна виділити такі:

1. Турбота про здоров'я. Для реалізації цього мотиву передбачено тури культурно-оздоровчі, лікувальні, з використанням оздоровчих видів спорту, а також екзотичні тури.

2. Заняття спортом. Тури, що містять різноманітні види спорту.

3. Навчання. Тури, пов'язані з вивченням іноземних мов та розмовною практикою, що передбачають щоденні заняття і різні види рекреаційної діяльності; навчальні тури різних видів спорту; професійні програми навчання (менеджмент, маркетинг, економіка та ін.).

4. Можливість самовираження і самоствердження. Пригодницькі тури: туристські походи, сафарі, полювання, підкорення гірських вершин, експедиції та ін.

5. Можливість зайнятися улюбленою справою в середовищі однодумців. Спеціальні тури для автолюбителів, фанатів і спортивних уболівальників на спортивні змагання, чемпіонати та олімпіади; тури для паломників,

Рис. 1. Модель конкурентного ромба туристичного продукту

Джерело: розроблено автором

колекціонерів, гурманів. Наприклад, існують «сирний тур» по Швейцарії і «пивний тур» по Чехії.

6. Рішення ділових проблем. Ділові, конгрес-тури та ін.

7. Розвага і потреба в спілкуванні з людьми. Подорожі в святкові дні і тури з розважально-пізнавальними програмами.

8. Задоволення цікавості і підвищення культурного рівня. Цей туристський мотив реалізується в усіх перерахованих вище турах, але найбільш характерний для пізнавальних турів (наприклад, тури по відомих містах, столицях, історичних і культурних центрах).

Специфічні інтереси різних туристичних груп дають змогу виділити чотири категорії туристських мотивів, елементи яких визначають вибір туриста.

1. Природні і кліматичні мотиви. Рельєф місцевості, рослинність, температура повітря тощо. Надзвичайно привабливі для туриста, відіграють істотну роль у створенні таких форм туризму, як спортивний, водний, гірськолижний тощо. Відображають психологічні та біологічні потреби населення урбанізованих міст, яке шукає в туризмі відпочинок і зміну навколишнього оточення.

2. Культурні мотиви. Історичні місця, музеї, картинні галереї, виставки, археологічні пам'ятники, народні ремесла та інші, що становлять культурну спадщину країни.

3. Економічні мотиви. Охоплюють вартість життя в місці туристського призначення, вартість подорожі; грають істотну роль у формуванні недорогих пакет-турів, справляють істотний вплив на кількість туристів із середнім доходом.

4. Психологічні мотиви. Спонукають людину подорожувати, відповідають психологічним потребам туриста. Доведено, що не всі туристи приїжджають знову в ті місця, де вони вже були, за винятком випадків, коли туристом рухають сентиментальні причини або сильний економічний мотив.

Під час вибору туристичного продукту турист, як правило, керується цілою гамою мотивів, з яких лише певні мають істотну значущість. Ці мотиви часто об'єднуються в багатокомпонентні комплекси відчуттів і бажань, значною мірою підсилюють свій вплив на механізм і результат ухвалення споживачем остаточного рішення. Таким чином, потенційним туристом може бути прийнято рішення про вибір подорожі, відповідного одночасно кільком мотиваційним наслідкам.

Групу мотивацій під час вибору цієї поїздки становлять такі мотиви:

– спортивний інтерес – катання на лижах по гірських схилах і (або) участь у спортивних змаганнях, а також, залежно від досвіду, в спортивно-розважальних лижних шоу;

– розважальний інтерес – елітарне суспільство, цікаві знайомства, зустрічі, спілкування, приємне проведення часу, присутність як глядача на змаганнях, показових виступах із фрістайлу та сноубордингу, лижних розважальних шоу;

– оздоровчий інтерес – свіже повітря, відмінні, хороші або стерпні (за коштами) умови проживання та харчування, інтенсивні навантаження, весняний загар.

У загальному уявленні туризм – це задоволення, активний або пасивний відпочинок, дозвілля і розвага. Однак кожна людина уявляє собі туризм досить індивідуально, залежно від віку, освіти, життєвого досвіду, сімейного стану, доходу та інших факторів. Із достатнім ступенем наближеності можна виділити групи населення, які мають деяку спільність у розумінні принципів бажаного відпочинку і приймають аналогічні рішення під час вибору подорожі.

Існує низка факторів, що впливають на туристські мотиви, які необхідно враховувати під час вивчення попиту на туристичний продукт і формування програм обслуговування. Прийнято виділяти домінуючі та побічні чинники туристської мотивації, що володіють певними можливостями посилювати свій вплив на поведінку споживача і процес прийняття ним рішення про подорож і вибір туристського продукту.

1. Вік. Мотивація вибору подорожі значною мірою залежить від віку і самостійності в прийнятті рішення або можливості впливати на його вибір.

2. Освіта. Цей фактор ініціює позиви побачити безпосередньо явища, пам'ятки, культурно-видовищні події. Виділяють такі рівні освіти: початковий, середній, середньоспеціальний, вищий. Не виняток туристи, у яких немає освіти, а є тільки життєвий досвід. Під час комплектування груп співробітникам туристичної фірм бажано враховувати рівень освіти туристів, що дасть змогу виявляти спільність інтересів у разі відвідування культурних і розважальних центрів, спростить обслуговування та супроводження груп.

3. Соціальна приналежність. Істотно впливає на мотивацію вибору відпочинку. Виділяють такі соціальні групи:

– робітники і службовці. Зайняті монотонної роботою, прагнуть активного відпочинку і становлять значний контингент туристів. У розвинених країнах мають чітко обумовлену трудовим договором відпустку і можуть планувати туристичну поїздку. Дохід, як правило, достатній, щоб виділити частину коштів на туризм;

– учні та студенти. У силу своїх вікових і соціальних особливостей і характерних у зв'язку із цим прагнень до розширення і підтвердження знань становлять переважну частину груп пізнавального туризму. Відчувають великий вплив пізнавальних результатів;

– пенсіонери. У більшості країн мають пільги і дотації, використання яких в умовах обмежень кліматичного характеру дає їм змогу здійснювати туристські поїздки в «середній» і «низький» сезони;

– фермери і працівники підсобних господарств. Через відсутність чітко регульованої відпустки або можливості виділення часу на відпочинок є винятково несприятливою для туризму групою. У західних країнах фермери становлять туристський контингент у «середній» і «низький» сезони, а також узимку. Активно беруть участь у різдвяних і новорічних турах.

4. Менталітет. Визначається переважно впливом суспільства, в якому людина проводить більшу частину свого часу, що, своєю чергою, залежить від рівня освіти і положення в суспільстві. Під час вибору виду відпочинку цей фактор має велике значення, особливо для туристів старше 18 років, у період становлення особистості (з віком зростають компромісність і пристосовність).

5. Конфесія. Вплив цього фактора проявляється у тому, що віруючі, як правило, відкидають розважальні програми, наприклад вар'єте, стриптиз-шоу, казино. Представники релігійних груп здійснюють тури, які відповідають їх переконанням і задовольняють їх пізнавальні та духовні інтереси відповідно до способу життя, віросповідання, можливостей здійснення обрядів і молитов.

6. Дохід. Відіграє в туризмі істотну роль. Турист вибирає рівень туристського обслуговування і вид подорожі виходячи з їх вартості і своїх матеріальних можливостей. Люди забезпечені подорожують вибірково. Люди з низьким доходом здійснюють найменше число туристських поїздок. Підвищення життєвого рівня змінює пріоритети. Прибутковість різних категорій населення, що становлять потенційний контингент туристів, впливає на формування планованого відпочинку.

Дослідження відомої консультаційної фірми Horwath UK [4] підтвердили тенденцію до скорочення, причому

швидкими темпами, відпускного часу, що в майбутньому може відбитися на розвитку міжнародного туризму. Судячи з результатів досліджень, тривалість відпустки в майбутньому може становити три-чотири дні, включаючи вихідні, але вони будуть надаватися з більшою частотою. Люди будуть віддавати перевагу проводити такі відпустки в регіоні, де вони проживають, в одному часовому поясі.

Дослідження Horwath UK виявили нового споживача туристичних послуг – з більш високим рівнем доходу, але з лімітованим часом. Це означає, що туристським організаціям належить розробляти нову маркетингову стратегію і створювати новий туристичний продукт для споживача, який має право вимагати від туристичної індустрії надання йому високоефективних методів вибору і придбання туристичного продукту без відстрочки й очікування.

Під час вибору сегмента споживчого ринку слід чітко розмежовувати види відпочинку, для кожного з них знаходити свого споживача, більш точно і повно враховувати його потреби і рівень розваги. Для участі в турі високої категорії складності слід уводити обмеження за віком і медичними показаннями, погоджуючи їх попередньо з лікарем і вимагаючи від туриста рекомендацію або дозвіл на участь у турі.

Таким чином, туристські мотиви як істотний елемент попиту є об'єктом цілої низки впливів, які можуть бути не пов'язані безпосередньо з туризмом, але при цьому впливають як на обсяг, так і на форми попиту і вибору туристичного продукту і послуг. Одні із цих впливів можуть бути домінуючими, інші – побічними, проте всі вони мають певну можливість підсилювати свій вплив на прийняття рішення про подорож і вибір туристського продукту.

Існують причини, за якими людина або не подорожує, або робить це надзвичайно рідко. Ці причини можна назвати бар'єрами до подорожі. Для більшої частини населення бар'єрами до подорожі є:

1. Вартість туристичного продукту. Споживач діє в умовах обмеженості грошової маси і під час складання бюджету змушений насамперед ураховувати інші статті витрат (наприклад, предмети першої необхідності). Судження, що подорож є надто дорогим задоволенням, можна розглядати як інтерпретацію думки про марність туризму. Але при цьому вартість туристичної поїздки є для туриста об'єктивною і принциповою причиною того, щоб залишатися вдома.

2. Дефіцит часу. Багато людей не можуть залишити роботу (справи) заради подорожі.

3. Обмеження по здоров'ю. Погане здоров'я або фізичні вади не дають змоги людині покинути свій будинок, змушують відмовитися від подорожі.

4. Життєвий цикл сім'ї. Батьки малолітніх дітей не подорожують часто через сімейні обов'язки або можливі незручності, пов'язані з переїздом. Самотня людина (вдівець), як правило, не подорожує через відсутність попутника.

5. Дефіцит інтересу. Незацікавленість, як і незнання тих видів туристської діяльності і туристських напрямків, які можуть принести необхідну задоволеність від поїздки, часто є серйозним бар'єром до подорожі.

6. Страх і безпека. Туристська поїздка передбачає зіткнення з новим, що часто лякає туриста. Війни, заворушення, негативні публікації в засобах масової інформації про конкретну місцевість сіють у душі потенційного туриста страх і упередження щодо конкретного туристського напрямку.

Досить сильний мотив до подорожі здатний подолати будь-які бар'єри, хоча вони й мають певний вплив на вибір виду відпочинку і туристського напрямку. Але, як показує практика, більшість туристів важко долають такі бар'єри, як дефіцит інтересу, страх і безпека.

Висновки. Таким чином, аналіз причин, що сприяють виникненню дефіциту інтересу, розкрив конфлікт між бажанням пізнання «нового» і потребою в безпеці. Для людини місце її проживання є гарантією надійності і безпеки за принципом: «Мій дім – моя фортеця». Але постійне перебування в знайомому середовищі може викликати нудьгу і непереборне бажання змінити обстановку. Таким чином, людина може стати схильною завдяки двом досить сильним мотивами: прагненню до безпеки і прагненню до пізнання, протиріччя яких необхідно послабити. Цього легко досягти, запропонувавши споживачеві вибрати подорож добре знайомою місцевістю в компанії знайомих людей. Це призведе до того, що загроза безпеці з боку «невідомого» буде відвернена, але сила пізнання і вражень від подорожі виявиться зниженою. Отже, знання бар'єрів до розвитку індивідуального туризму та туристичної галузі (реальних і потенційних), їх виявлення і чітке формулювання є першими кроками на шляху розроблення спеціальних заходів щодо повного подолання означених перепон.

Список використаних джерел:

1. Юрчик Н.Є. Роль кластерів у розвитку конкурентоздатності вітчизняного туризму у сучасних ринкових умовах / Н.Є. Юрчик, О.В. Шпак // Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (15-17 жовтня 2015 р.). – Тернопіль: ТНТУ, 2015. – С. 103-106.
2. Хавамлех М. Державне регулювання галузі туристичних послуг як стратегія розвитку національних конкурентних переваг: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.03 / М. Хавамлех; Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2009. – 20 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і гол. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: Перун, 2009. – 1736 с.
4. Офіційний сайт компанії Horwath UK [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.consultancy.uk/firms/crowe-horwath
5. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти / За ред. О.І. Лугова; Федерація профспілок України. – К.: Інститут туризму, 2002. – 162 с.
6. Публікація документів Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/druk/publicat/.

Аннотация. В статье рассмотрены объективные и субъективные причины и мотивы, побуждающие потребителя к принятию решения о путешествии и влияющие на его поведение при выборе туристского продукта среди множества альтернатив и возможностей. Определена роль мотивационных аспектов в туризме как определяющих компонентов спроса; раскрыты типы использования туристских мотивов для успешного функционирования туристского предприятия и продвижения туристского продукта. Особое внимание уделено опыту изучения объективных и субъективных причин и мотивов путешествия, а также факторам, побуждающим потребителя к совершению туристической поездки и влияющих на конкретный ее выбор. Проведен анализ мотивировок как основы принятия потребителем решения о покупке туристского продукта, а также способов использования данных мотивов в туристском бизнесе. Рассмотрены вопросы выбора туристического продукта на уровне конкретного потребителя, а также возможный механизм принятия им решения.

Ключевые слова: мотив, фактор, устойчивое развитие, туристический продукт, компоненты спроса, составляющие мотивации.

Summary. The objective and subjective reasons and motives which stimulate the consumer to make a decision about a trip and influence its behavior when choosing a tourist product among many alternatives and possibilities are considered. The role of motivational aspects in tourism as determinative components of demand is determined; the types of use of tourist motives for successful operation of a tourist enterprise and promotion of a tourist product are revealed. Particular attention is paid to the experience of studying objective and subjective reasons and motives of travel, as well as factors, which prompts the consumer to make a tourist trip and influence its specific choice. The analysis of motivation as the basis for the decision of the consumer to purchase a tourist product, as well as ways of using these motives in the tourist business, is made. The issue of choosing a tourism product at the level of a specific consumer is considered, as well as a possible mechanism for making the decision.

Key words: motive, factor, sustainable development, tourist product, demand components, components of motivation.

УДК 330:621.311.16

Жихор О. Б.
доктор економічних наук, професор
кафедри економіки підприємств,
бізнес адміністрування та регіонального розвитку
Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова

Самойленко І. О.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Харківського національного університету міського господарства
імені О. М. Бекетова

Zhykhor O. B.
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of Department of Economics of Enterprises,
Business Administration and Regional Development
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Samoylenko I. A.
Ph.D Candidate in Economics, Associate Professor
Department of Management and Administration
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАНЯ КОНЦЕСІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В МЕРЕЖІ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЖАВНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ: ДЕРЖАВНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

FEATURES OF THE USE OF A CONCESSIONAL MECHANISM IN THE NETWORK OF MUNICIPAL ENTERPRISES AND STATE-OWNED ENTERPRISES: STATE AND REGIONAL DIMENSION

Анотація. З урахуванням цілей сталого енергетичного розвитку та спираючись на завдання по «осучасненню» енергостандартів розглянуто та запропоновано застосування концесійного механізму в мережі комунальних підприємств та підприємств державної форми власності. Визначено переваги концесійної моделі для підприємств, держави та бізнесу. Подано характеристику безпосередніх учасників концесійної угоди якими є державні, регіональні або муніципальні органи влади та бізнес. Окреслено шляхи та практичні кроки щодо розвитку концесійного механізму в контексті розвитку системи економічних відносин держави й приватного сектора.

Ключові слова: енергоефективність, державно-приватне партнерство, концесія, концесійна угода, органи влади, бізнес.

Вступ та постановка проблеми. Динамічні зсуви на світовому й вітчизняному енергетичному ринку викликали істотні зміни пріоритетів у формуванні та використанні енергоресурсів країни. Це актуалізує завдання щодо задоволення енергетичних потреб споживачів за умов мінімізації загальних енерговитрат, системного вдосконалення процесів управління енергоефективністю національного господарства, підвищення рівня енергетичної незалежності України та формування нової парадигми енергоефективності на державному і регіональному рівнях. Перехід до активної політики енергоефективності як у державному так і у регіональному вимірі потребує водночас запровадження нових вимог щодо формування фінансових продуктів в галузі підвищення енергоефективності підприємств комунальної та державної форми власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Удосконаленню механізмів державного управління та адміністрування у сфері енергоефективності та енергозбереження присвячені роботи [1-3], енергозбереження в контексті державно-приватного партнерства розглядається авторами [4-7]. Аналіз вищезазначених джерел дав змогу з'ясувати: енергетичні ресурси в країні є обмеженими; технічний стан переважної більшості існуючих будівель та енергетичних систем знаходиться у неналежному стані; внаслідок збройного конфлікту на Сході зруйновано частину енергетичних підприємств та пошкоджено критично важливу інфраструктуру, що вимагає від держави вжиття певних заходів із забезпечення енергоефективності.

Незважаючи на те, що проблематика підвищення рівня енергетичної ефективності для України не є новою, визначення шляхів енергоефективності та ощадливого використання енергетичних ресурсів в мережі комунальних підприємств та підприємств державної форми власності (далі по тексту КПтаПДерФВ) в рамках державно-приватного партнерства (ДПП) не набуло достатнього розвитку. Як наголошено у стратегічному документі ЄС «Зелена книга» (документ, у якому окреслюються шляхи вирішення питань підвищення енергоефективності) [2] «Державне регулю-

вання сфери енергоефективності та енергозбереження на сьогодні зосереджено переважно на житлово-комунальній та бюджетній сферах – саме вони є основними реципієнтами програм державної підтримки».

Мета статті полягає у поглибленні науково-методологічних засад та розробленні практичних рекомендацій щодо механізмів фінансування у галузі підвищення енергоефективності в мережі КПтаПДерФВ на засадах системної реалізації концесійних відносин.

Результати дослідження. Одним із основних показників економічного розвитку країни є ВВП. Аналіз динаміки ВВП протягом 2007–2016 років чітко показує, що в українській економіці в умовах сьогодення відбуваються рецесійні процеси, що підтверджується стрімким падінням ВВП протягом 2014–2015 років та високим рівнем енергомісткості ВВП (табл. 1), яка за паритетом купівельної спроможності (ПКС) перевищувала у 2016 р. рівень енергомісткості ВВП країн ЄС у 3,12 разів; Великобританії – у 4,3 рази; Німеччини – у 3,1 раза; Франції – у 2,8 раза; Туреччини – у 2,7 раза; Китаю – у 1,7 раза, а також середнє значення країн світу – у 2,2 рази. За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України ВВП у 2016 році зменшився рік до року на 2,1 відсотка. Досягти покращення економічного становища можливо за умови структурних перетворень економіки країни та її регіонів, інноваційних зрушень у виробничій та соціальній сферах, які мають супроводжуватися підвищення енергоефективності функціонування підприємств у різних сферах господарювання.

Таблиця 1

Енергомісткість ВВП з урахуванням ПКС, кг н.е. / $2005 р.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Україна	0,413	0,375	0,362	0,344	0,336	0,320	0,318
Світ	0,165	0,161	0,158	0,155	0,151	0,147	0,144

Джерело: https://yearbook.enerdata.ru/total-energy/world-energy-intensity-gdp-data.html

Перехід до активної політики енергоефективності на рівні країни та регіону можливо за: «пріоритетності вимог ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів під час провадження господарської, управлінської або іншої діяльності, пов'язаної з використанням паливно-енергетичних ресурсів; здійснення державного управління у сфері ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів з урахуванням засад державно-приватного партнерства, наявних регіональних потенціалів та інтересів; підвищення рівня громадської свідомості з питань їх ефективного використання» [9].

Істотний результат у сфері реалізації завдання щодо підвищення рівня енергоефективності можливо досягти за умови розвитку різних форм та моделей державно-приватного партнерства. Як підкреслюється у роботі «…державно-приватне партнерство можна розглядати як дієвий механізм підвищення ефективності державних інвестицій за рахунок залучення капіталу та управлінського досвіду приватного бізнесу» [4].

Відповідно до класифікації Світового банку існують п'ять моделей узаємодії між державою та приватним сектором (залежно від ступеня участі приватного капіталу, ступеня ризику тощо). Згадана класифікація передбачає те, що в разі покладання всіх ризиків і зобов'язань на одну зі сторін (державу чи приватний сектор), співпраця між державним і приватним сектором не розглядатиметься як державно-приватне партнерство. Скажімо, контракти на приватизацію, у яких ризики повністю покриваються приватним сектором, не належать до ДПП. У міжнародній практиці, згідно із Зеленою книгою ЄС, виділяють дві форми ДПП: 1) інституційна, що передбачає створення спільного підприємства за участю держави і приватного партнера, метою якого є виконання робіт і надання послуг на користь держави; 2) контрактна, у якій партнерство ґрунтується винятково на контрактних стосунках між учасниками проекту. Якщо мова йде про створення нового спільного підприємства, де учасниками є державний і приватний сектор, то норми закону про державні контракти та концесії не діють.

Міжнародні фінансові інститути (МФІ), зокрема Європейський банк реконструкції та розвитку, зацікавлені в запуску фінансових продуктів для створення механізмів державно-приватного партнерства в галузі підвищення енергоефективності. Так, згаданий вище банк пропонує кілька моделей фінансування на правах концесійної угоди.

Згідно з першою моделлю, енергоефективні проекти пропонується реалізовувати з використанням кредитних коштів Європейського банку реконструкції та розвитку для прямого фінансування копаній, зайнятих бізнесом у сфері енергоефективності.

Згідно з другою моделлю, фінансування діяльності організації-концесіонера здійснюється шляхом використання спеціалізованого фонду, зокрема Фонду підтримки концесій. Модель передбачає використання коштів МФІ, а також бюджетів регіонального або муніципального рівня. Можливим є також залучення зацікавлених комерційних.

Третя модель передбачає реалізацію енергозберігаючих заходів шляхом відкриття кредитної лінії комерційним банкам. Труднощі в реалізації моделі пов'язані з наявністю в регіоні або муніципальному утворенні комерційних банків, готових брати участь у створенні нових фінансових продуктів і розділити з Європейським банком реконструкції та розвитку ризики кредитування енергосервісних проектів.

Незважаючи на деяку нестабільність фінансових ринків, міжнародні фінансові інститути, до яких належать Міжнародна фінансова корпорація, Європейський банк реконструкції і розвитку тощо, сьогодні беруть активну участь у кредитуванні проектних компаній. Для іноземних інвесторів і акціонерів це є показником зниження політичних ризиків за проектом. Загалом концесійний механізм під час реалізації інвестиційних проектів наразі використовується в 120 країнах світу. За даними Світового Банку, у країнах, що розвиваються, і в країнах з перехідною економікою на концесії припадає понад 66 % укладених державою контрактів, переважно в транспортній галузі.

Основна ініціатива з розвитку концесій належить органам державної, регіональної та муніципальної влади, які контролюють процеси ДПП, зокрема питання концесій, нагляду та контролю за діяльністю концесійних підприємств. Вони здебільшого й виступають концедентами. Для залучення інвестицій за допомогою концесійного механізму органи влади мають створити певні умови. Ідеться передусім про підготовку належної нормативно-правової бази; складання списку об'єктів, які можна передати в концесію; проведення інвентаризації земельних, майнових та інших активів; реєстрацію своїх прав на об'єкти нерухомого майна, що підлягають передачі в концесію тощо. Регіональні та муніципальні органи влади під час передавання майна в концесію керуються тим, що майбутній об'єкт концесії має перебувати в їхній власності.

Застосування концесійного механізму в мережі КПтаПДерФВ стає важливим інструментом партнерства держави та бізнесу, через ефективність як із погляду кількісних, так

і якісних показників. Згаданий механізм має певні спільні з іншими формами ДПП характеристики та ознаки. Крім того, він володіє специфічними особливостями, які визначають його значущу й самостійну роль у системі економічних відносин держави й приватного сектора.

Економічний ефект від застосування концесії полягає в тому, що держава може отримати більш якісні послуги з підвищення енергоефективності будівель і споруд КПтаПДерФВ за скорочення витрат.

Концесійний договір має спільні риси з енергосервісним контрактом, хоча відзначається специфічністю, що суттєво відрізняє його від традиційного енергосервісного контракту. Зокрема, контрактна система функціонує в межах цивільно-правового поля, а концесійна – у контексті публічно-правового законодавства. У разі здійснення концесії форма власності не переходить з державної у приватну або змішану, як у інших видах ДПП, а залишається державною. У табл. 2. подано характеристику безпосередніх учасників концесійної угоди: концедента і концесіонера, якими є державні, регіональні або муніципальні органи влади та бізнес.

Крім безпосередніх учасників концесійної угоди – концедента і концесіонера, якими є державні, регіональні або муніципальні органи влади та бізнес, необхідно створення організаційно-економічної моделі управління партнерськими відносинами, яких мають брати участь: КПтаПДерФВ; органи регіональної та муніципальної влади, які опікуються питаннями ДПП та концесій; фінансово-кредитні організації, що забезпечують фінансування концесії; інвестори (у вигляді представників бізнесу, різних фондів тощо).

Основна ініціатива з розвитку концесій належить органам законодавчої та виконавчої влади, які виступають концедентами. Вони мають створити такі умови для залучення інвестицій у вигляді концесій: 1) підготувати відповідну нормативну базу; 2) визначити об'єкти, призначені для передавання в концесію; 3) провести інвентаризацію земельних та інших активів, реєстрацію прав на об'єкти нерухомого майна, що підлягають передачі в концесію тощо.

Крім того, до кола обов'язків органів влади належать такі питання:

– створення механізмів кредитування для суб'єктів енергосервісної діяльності на пільгових умовах для реалізації типових енергозберігаючих концесійних угод через створення фонду підтримки концесій;

– розроблення нормативно-правової бази й алгоритмів створення регіональних фондів підтримки концесій, а також визначення порядку їхньої роботи;

– розроблення стандартизованих банківських технологій фінансування концесійних угод із підвищення енергоефективності. Спрощений процес розроблення, аналізу й оцінювання проектів може допомогти мінімізувати накладні витрати та знизити ризики;

– відпрацювання регламенту надання державних (муніципальних) гарантій фондом підтримки концесій для залучення інвестиційних ресурсів на енергоефективні проекти;

– увести в практику механізми пільгового оподаткування концесіонерів – учасників концесійних угод із підвищення енергоефективності КПтаПДерФВ, зокрема зі звільнення (пільги) від сплати податку на майно організацій із реконструкції, модернізації й експлуатації об'єктів, що мають високу енергетичну ефективність і входять до затвердженого переліку;

– стосовно правил відшкодування з державного бюджету частини витрат на сплату відсотків за кредитами, позиками, отриманими в українських кредитних організаціях на здійснення інвестиційної діяльності, реалізацію інвестиційних проектів за концесійними угодами в галузі енергозбереження та підвищення енергетичної ефективності.

Регіональна влада під час передавання майна в концесію виходить із того, що майбутній об'єкт концесії має перебувати в її власності. У зв'язку з цим ще одним завданням органів публічної влади є розроблення конкурсної

Таблиця 2

Характеристика учасників концесійної угоди – концедента й концесіонера

Загальні засади	**Умови, яких повинні дотримуватися учасники моделі концесійної угоди**
Концедент (державні, регіональні або муніципальні органи влади)	
Реалізація концесійної угоди надає концеденту певні переваги: 1) функції з експлуатації та утримання об'єктів державної власності (різних рівнів) перекладаються на приватний сектор; 2) технічний і технологічний розвиток, модернізацію й оновлення обслуговуючої інфраструктури КПтаПДерФВ здійснює приватний сектор; 3) концесійний механізм сприяє ефективному функціонуванню будівель і споруд, які перебувають у державній власності; раціональному використанню енергетичних ресурсів; зниженню витрат на комунальне обслуговування	У разі порушення з боку концесіонера якихось положень і умов концесійної угоди, концедент має право перервати дію концесійного договору і повернути об'єкт у державне управління або передати його в концесію іншому господарюючому суб'єкту
Концесіонер (приватні юридичні або фізичні особи, зацікавлені отримати в довгострокову експлуатацію державні активи з метою одержання прибутку)	
Концесіонер у моделі концесійного договору має певні завдання, а саме: 1) скорочення нераціонального витрачання ресурсів; 2) зниження фінансових витрат концедента на спожиту теплову та електричну енергію; 3) зниження питомого споживання енергії концедента; 4) зниження втрат енергоносіїв в інженерних мережах і оптимізація системи теплопостачання концедента; 5) зниження залежності концедента від вартості надхідних енергетичних ресурсів; 6) зменшення негативного впливу на навколишнє середовище; 7) підвищення якості надаваних послуг; 8) підготовка і перепідготовка персоналу в галузі енергозбереження	Концесіонер несе відповідальність за якість об'єкта концесійної угоди. Прибуток концесіонера має залежати від рівня досягнутої економії енергетичних ресурсів. Водночас інвестиції, здійснені концесіонером під час реконструкції, експлуатації або модернізації системи енергозабезпечення, водопостачання, опалення будівель і споруд КПтаПДерФВ, обслуговування боргу і вартість послуг із обслуговування поступово повертаються за рахунок отриманої економії витрат у грошовому вираженні

Таблиця 3

Дотримання прав концедента і концесіонера в моделі концесійної угоди

Дотримання прав концедента	Дотримання прав концесіонера
1) Концесіонер не має права передавати об'єкт концесійної угоди в заставу або відчужувати; 2) для концесіонера діє заборона на зміну цільового призначення реконструйованої концесійної угоди; 3) концендент має право на здійснення контролю за виконанням умов концесійної угоди; 4) концесіонер несе майнову відповідальність за недотримання умов концесійної угоди	1) Концедент не має права втручатися в здійснення господарської діяльності концесіонера; 2) обов'язковим є надання об'єкта концесійної угоди для виконання концесійної угоди; 3) обов'язковою є державна реєстрація прав володіння та користування об'єктом концесійної угоди; 4) згідно з чинним законодавством дострокове розірвання концесійної угоди можливе тільки в судовому порядку

документації, яка обов'язково має містити такі відомості: умови конкурсу, техніко-економічні показники об'єкта концесії, вимоги до учасників конкурсу, вичерпний перелік документів та форм їхнього подання заявником тощо.

Орган виконавчої влади має затвердити правовий документ, пов'язаний із питаннями надання в концесію інфраструктурного об'єкта. У правовому документі вказуються посадові особи та компанія, уповноважені організувати конкурс, затверджується склад конкурсної комісії, якій належить вибрати найбільш цікаву пропозицію, а також конкурсна документація, що охоплює процедуру конкурсу та проект концесійної угоди.

Важливим напрямом діяльності органів влади є встановлення термінів конкурсної процедури, до яких висуваються такі вимоги:

1) терміни мають бути реалістичними з погляду підготовки претендентами конкурсної пропозиції, обміну думками, внесення відповідних доповнень або змін до конкурсної документації;

2) терміни мають відповідати встановленим в законі «Про концесійні угоди» строкам. Так, повідомлення про проведення конкурсу публікується в офіційному виданні або розміщується в мережі Інтернет не пізніше ніж за 30 робочих днів до дня закінчення терміну подання заявок на участь у конкурсі. Термін подання конкурсних пропозицій має становити не менш як 60 робочих днів із дня підписання членами конкурсної комісії протоколу про проведення попереднього відбору.

У табл. 3 наведено права концедента і концесіонера в моделі концесійної угоди. Безпосередній інтерес концесіонера полягає в максимальному підвищенні енергоефективності будівель і споруд КПтаПДерФВ, оскільки від результатів цієї діяльності залежатиме отримання концесіонером прибутку. Водночас прибуток концесіонера перебуває в залежності від економії плати за енергетичні ресурси КПтаПДерФВ, досягнутої концесіонером під час експлуатації об'єкта концесійної угоди. Отже, метою концесіонера є організація експлуатації об'єкта концесійної угоди КПтаПДерФВ з найбільшою енергоефективністю та за найменших витрат. Уся отримана економія буде виплачена концесіонеру головним розпорядником бюджетних коштів.

Висновки. На основі проведеного дослідження обґрунтовано підхід щодо механізмів фінансування у галузі підвищення енергоефективності в мережі комунальних підприємств та підприємств державної форми власності на засадах системної реалізації концесійних відносин. Доведено, що тривалий період чинності концесійної угоди дає змогу залучити для підвищення енергоефективності підприємства значні за обсягом інвестиційні кошти як за допомогою державного фінансування на безповоротній основі, так і кредитних ресурсів фінансових інститутів розвитку (Зовнішекономбанку, Європейського банку реконструкції та розвитку, Міжнародної фінансової корпорації тощо).

Актуалізація концесійного механізму в сфері підвищення енергоефективності підприємства вимагає створення й уведення спеціального податкового режиму для концесій. Особливий податковий режим має так збалансувати концесійну плату й податкові платежі, щоб забезпечити інвесторам ринкові умови функціонування з одночасним вирішенням правових питань.

У зв'язку з тим, що управління енергоефективністю та енергозбереженням в національному господарстві країни тісно пов'язано з поглибленням євроінтеграційних процесів, необхідністю гармонізації європейського й українського законодавства в цій сфері свого подальшого дослідження потребує питання щодо ролі фінансово-економічних інститутів в частині кредитування під концесійні права.

Список використаних джерел:

1. Енергетична галузь України: підсумки 2016 року. URL: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2017_ENERGY-FINAL.pdf
2. Аналіз якості регулювання сфери енергоефективності в секторі малого середнього бізнесу. URL: https://cdn.regulation.gov.ua/aa/db/3e/8f/regulation.gov.ua
3. Досвід країн Євросоюзу з підвищення енергоефективності, енергоаудиту та енергоменеджменту з енергоощадності в економіці країн. URL: https://ua.energy/wp-content/uploads/2018/01/Pidvyshhennya-energoefektyvnosti-v-YES.pdf
4. Боковикова Ю. В. Взаємодія влади і бізнесу. Теорія та практика державного управління. 2015. № 4 (51). С. 1–7.
5. Вивчення оптимальних моделей державно-приватного партнерства для промислових парків в Яворові і Новому Роздолі. URL: http://www.institute.lviv.ua/doc/02ppp.pdf
6. Вінник О.М. Відносини державно-приватного партнерства: проблеми вдосконалення правового регулювання в Україні. URL: http://gisap.eu/ru/node/258
7. Нейкова І.С. Державно-приватне партнерство як складова інвестиційного механізму інноваційного розвитку. Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). 2010. № 1(48). С. 152–169.
8. Енергоємність за 2007 – 2016 роки – Статистичні дані // Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/
9. Енергоефективність регіонів України: проблеми оцінки та наявний стан. Аналітична записка. URL: http://www.niss.gov.ua/articles/2691/
10. Пономаренко Т.В. Еволюція концепції корпоративної стійкості / Т.В. Пономаренко // Стратегія економічного розвитку України. – 2015. – No 36. – С. 38–45.

Аннотация. С учетом целей устойчивого энергетического развития и опираясь на задачи по «осовремениванию» энергостандартов рассмотрено и предложено применение концессионного механизма в сети коммунальных предприятий и предприятий государственной формы собственности. Определены преимущества концессионной модели для предприятий, государства и бизнеса. Дана характеристика непосредственных участников концессионного соглашения, которыми являются государственные, региональные или муниципальные органы власти и бизнес. Определены пути и практические шаги по развитию концессионного механизма в контексте развития системы экономических отношений государства и частного сектора.

Ключевые слова: энергоэффективность, государственно-частное партнерство, концессия, концессионное соглашение, органы власти, бизнес.

Summary. Considering purposes of sustainable power development and basing on task at “modernizing” power standards, the use of the concession mechanism in the municipal enterprises network and state-owned enterprises has been considered and proposed. The advantages of concession model for enterprises, state and business are defined. There are given characteristics of the direct participants of concession agreement, which are state, regional or municipal authorities and business. Ways and practical steps at development of the concession mechanism in context of system of state and private sector economic relations development are outlined.

Key words: energy efficiency, public-private partnership, concession, concession agreement, authorities, business.

УДК 330.322:631.11:336

Кравець Л. О.
здобувач
Міжнародного університету бізнесу і права

Kravets L. O.
Degree Seeking Applicant
International University of Business and Law

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ ІННОВАЦІЙНОГО ОНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL MECHANISMS OF INNOVATIVE RENEWAL OF THE NATIONAL ECONOMIC ENVIRONMENT

Анотація. Стаття присвячена дослідженню організаційних механізмів інноваційного оновлення національного економічного середовища та пошуку ключових елементів їх удосконалення. На підставі проведених досліджень визначено, що до основних причин недостатньої ефективності капітального інвестування в економіку є слабка орієнтація інвестиційних вкладень на стратегічний розвиток підприємств та держави в цілому. Значна частина інвестицій спрямовується у коротко- та середньострокові проекти, або на екстенсивне відтворення основних засобів внаслідок достатньо серйозного рівня фізичного зносу потужностей. Про це свідчить досліджена структура капітальних інвестицій за видами активів, серед яких впродовж всього останніх 10 років майже 97% інвестицій спрямовувалося в матеріальні активи, зокрема будівлі, машини та обладнання. Як показує досвід розвинених країн, основними напрямками капітальних інвестицій, що мають виключне значення для зростання економіки у довгостроковій перспективі є насамперед інвестиції в інноваційні проекти, інфраструктуру та розвиток людського капіталу. Доведено, що саме такі інвестиції створюють найбільш високий мультиплікативний ефект для економічного зростання та сприяють підвищенню адаптивних можливостей економічного потенціалу національної економіки в умовах сучасних змін.

Ключові слова: інвестиції, інновації, інвестиційно-інноваційні процеси, національна економіка.

Вступ та постановка проблеми. В умовах нинішнього соціально-економічного становища України, що характеризується проявом гострих кризових явищ та макроекономічної нестабільності, ефективне використання інвестиційного потенціалу країни, що повинно спрямовуватися насамперед на стабілізацію економічних процесів та створення підвалин для економічного зростання й підвищення конкурентоспроможності національної економіки є одним з нагальних та актуальних проблем сьогодення. Аналіз ефективності реалізації інвестиційного потенціалу відіграє ключову роль у державному управлінні, оскільки від того, наскільки об'єктивно та всебічно здійснюється оцінювання залежать тактичні та стратегічні рішення, що впливають на темпи зростання економіки.

Водночас, сучасні умови економічної нестабільності та зростаючі потреби в інвестиціях, що здатні привести економічну систему до стану рівноваги та забезпечити сталий розвиток економіки потребують дослідження ефективності використання наявного потенціалу у контексті забезпечення економічного зростання та визначення обсягів додаткових потреб інвестицій. Ефективність реалізації інвестиційного потенціалу національної економіки у найбільш загальному вигляді проявляється через інвестиційний процес, який виступає сполучним елементом між сукупним попитом і пропозицією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості інвестиційно-інноваційного розвитку на різних рівнях національної економіки виступають об'єктом дослідження багатьох вчених та практиків, а саме – Прядко І.В., Нурєєв Р., Федулова Л. І., Борейко В.І., Майорова Т.В., Колєвантова А.В., СімківЛ.Є., Паршин Ю.І. та ін. Відповідно існує потужна методологічна база наукових підходів та практичних рекомендацій щодо формування сприятливого середовища для розвитку інвестиційно-інноваційних процесів. Проте, попередніх результатів досліджень та рекомендацій виявилося недостатньо для переходу України на інноваційну модель розвитку з ефективним використанням інвестицій в умовах постійних змін економічного середовища. Крім того спостерігаються сильні асиметрії та контрасти у сфері інноваційного розвитку різних галузей та регіонів України, що вимагає пошуку сучасних механізмів розвитку національних інвестиційно-інноваційних процесів в умовах змін внутрішнього та зовнішнього економічного середовища.

Метою роботи є виявлення тенденцій щодо розвитку інноваційного оновлення національного економічного середовища та визначити точки удосконалення організаційних механізмів інновацій.

Результати дослідження. Інноваційне оновлення національного економічного середовища є одним з пріоритетних завдань стратегічного розвитку України. Виконання даного завдання вимагає активізації процесу формування організаційно-технічних та фінансово-інвестиційних умов функціонування національного економічного середовища, які спрямовані на підвищення мотиваційної спроможності українських компаній щодо інноваційного оновлення.

На рівні національної економіки організаційно-технічне та фінансово-економічне забезпечення інноваційного оновлення задається факторами, сукупність яких формує загальні вектори національної інноваційної політики. Все це передбачає наявність національної стратегії інноваційного розвитку та окремих програм інноваційного оновлення. Ефективне функціонування

організаційно-технічного та фінансово-економічного забезпечення інноваційного оновлення можливе лише за умови синергетичної взаємодії складових факторів [1].

Наразі, в Україні діє Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів (далі – Стратегія) розроблена на виконання Постанови Верховної Ради України від 17 лютого 2009 р. № 965–VI «Про проведення парламентських слухань «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. Стратегія систематизує і конкретизує законодавчі, нормативні та інші засади організації наукової, науково-технічної, інноваційної та підприємницької діяльності, що містяться в сучасному законодавстві України, нормативних та програмних документах органів державної влади і разом з іншими державними стратегічними документами є стрижневою основою для подальшого розвитку законодавчої і нормативної бази в цій сфері, для формування державних, регіональних і галузевих програм інноваційного розвитку, забезпечення скоординованої діяльності влади, суспільства, підприємництва, науки та освіти – всіх головних учасників національної інноваційної системи» [2].

За даними Світового банку, частка валової доданої вартості високо- та середньотехнологічних секторів у загальному обсязі валової доданої вартості переробної промисловості у 2015 році становила 63 відсотки у Швейцарії, 50,5 відсотка у Чеській Республіці, 61,4 відсотка у Німеччині, 42,8 відсотка в Ізраїлі, 63,7 відсотка у Південній Кореї, 30,4 відсотка в Україні. При цьому, за даними Держстату, в Україні ця частка у 2016 році становила 25,7 відсотка (7,6 відсотка та 18,1 відсотка у високо- та середньотехнологічному секторах відповідно). Якщо порівнювати валовий внутрішній продукт на душу населення у 2016 році у поточних цінах 2010 року названих держав із валовим внутрішнім продуктом на душу населення України, за даними Національного наукового фонду США, це співвідношення становитиме від 8,5 раза до 36 разів (Швейцарія – 79866 доларів США; Ізраїль – 37180,8; Південна Корея – 27608,2; Німеччина – 42232,6; Чехія – 18483,7 та Україна – 2185,7 долара США).

За інформацією наведеною у Стратегії розвитку інноваційної діяльності України на період до 2030 року, основними перепонами на шляху інноваційного оновлення національної економіки є:

– недосконалість роботи політичних інституцій, проблеми нормативно-регуляторної бази та функціонування сфери бізнесу;

– низький рівень розвитку інноваційної інфраструктури, зокрема низький рівень частки валового нагромадження капіталу у ВВП країни, також потребують покращення показники екологічної стійкості, викликають занепокоєння характеристики роботи електронного Уряду «використання інформаційних та комунікаційних технологій у поєднанні з організаційними змінами та застосуванням нових навичок у державному управлінні для впровадження державних послуг та демократичних процесів)» [3].

Шляхи подолання вищеперерахованих перепон повинні відповідати концепції сталого розвитку та Цілям сталого розвитку (рис.). В сучасних умовах глобального технологічного розвитку, все більше увагу звертають на адаптацію соціальної сфери до розвитку новітніх технологій. Соціальна сфера стає бути нерозривно пов'язаною із інноваційним розвитком. Такий тісний взаємозв'язок лягає у концепцію сталого розвитку та відповідає Цілям сталого розвитку, що були затверджені на Саміті ООН зі сталого розвитку у 2015 році, на підставі яких було розроблено національну систему Цілей сталого розвитку [4].

Незважаючи на те, що використання інновацій є обов'язковою умовою для досягнення будь-якої Цілі сталого розвитку, з інноваціями найбільш тісно пов'язана дев'ята Ціль сталого розвитку «Промисловість, інновації та інфраструктура». Аналізуючи завдання, сформульовані у відповідності до дев'ятої цілі сталого розвитку «Промисловість, інновації та інфраструктура», можливо виділити завдання, пов'язані із інноваційним оновленням національної економіки та шляхи їх виконання (рис. 1).

У попередньому столітті в Україні було побудовано сильну індустріальну економіку, котра і нині відіграє важливу роль в національній економіці та складає значну частку ВВП у вигляді промислової продукції. Проте криза 1992-1994 років започаткували деіндустріалізаційні процеси, що в свою чергу негативно вплинули на розвиток виробничої сфери та науково-технічні процеси. Це було підсилено розривом виробничо-коопераційних зав'язків із колишніми країнами СРСР та постсоціалістичними країнами. За останні роки зменшення частки промислової продукції у ВВП країни прискорили військові дії на сході країни.

Що стосується структурного складу промислової продукції, то тут переважає сировинне виробництво, а частка промислових підприємств, що що впроваджували нові

Рис. 1. Основні Цілі концепції сталого розвитку України

технологічні процеси та/або нову чи значно вдосконалену продукцію є незначною.

Незважаючи на те, що промислова продукція займає значну частку в експорті країни (рис. 3), проте майже вся вона сировинного походження.

В українському експорті переважають товари первинного сектора економіки, сировина та проміжні товари з відносно низькою технологічною складовою – майже 70% експорту. 41% ($ 17,7 млрд) складає продукція АПК, 23,4% ($10,1 млрд) – металургійна продукція, 11,7% ($5 млрд) – продукція машинобудування, 9,1% ($3,9 млрд) – мінеральні продукти тощо. Частка високотехнологічного експорту України складає менше 5,5%. Натомість, в індустріальних, розвинених країнах переважає вторинний сектор – обробна і будівельна промисловість [6].

Поряд із проблемами в структурі експорту в Україні відсутня система захищеного просування експорту, котра вимагає створення Національної стратегії експорту продукції та послуг України на період до 2030 року, створення страхової системи фінансового захисту товаровиробників експортної продукції тощо. Окремої уваги потребує створення системи стимулювання впровадження нових технологічних процесів у виробництво продукції, яка експортується Україною

Таким чином, впровадження нових технологічних процесів та/або нової чи значно вдосконаленої продукції позитивно вплине на структурний склад не тільки Валового внутрішнього продукту, а і на склад експортованої промислової продукції України, де на даний момент переважає сировинна частка.

Рис. 2. Шляхи виконання завдання Цілі сталого розвитку «Промисловість, інновації та інфраструктура» [5]

Серед індикаторів виконання завдань цілей сталого розвитку вагоме місце займають індикатори інноваційності (табл. 1).

За 2015 рік частка доданої вартості за витратами виробництва підприємств, які належать до високотехнологічного сектору у загальній доданій вартості за витратами виробництва (індикатор 9.4.1.) становила 1,9 %, тоді як у високорозвинених країнах даний показник складає 10 і більше відсотків. Відповідна частка вже із врахуванням середньо технологічного сектору (індикатор 9.4.2.) у 2015 році склала 5,8%, а прогнозні (очікувані) її значення за 2020 рік – 7,5%, за 2025 рік – 9,6%, за 2030 рік – 11,8% [5].

Виконання завдань Цілей сталого розвитку України передбачає наступні значення індикатора (9.4.3) – частка працівників, зайнятих на підприємствах, які належать до високо- та середньо високо технологічних секторів переробної промисловості у загальній кількості зайнятих працівників у промисловості: за 2015 рік – 21%, за 2020 рік – 26%, за 2025 рік – 28%, за 2030 рік – 29% [5].

Для частки витрат на виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП (індикатор 9.5.1), в Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна» передбачені наступні значення: за 2015 рік – 0,62%, за 2020 рік – 1,50%, за 2025 рік – 2,00%, за 2030 рік – 3,00%. А для частки реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової (індикатор 9.5.2), передбачені наступні значення: за 2015 рік – 1,40%, за 2020 рік – 5,00%, за 2025 рік – 10,00%, за 2030 рік – 15,00% [5].

Що стосується частки осіб до 40 років у складі наукових працівників та викладачів ВНЗ із науковим ступенем (індикатор 9.6.1.), то виконання завдань сталого розвитку передбачає їх наступні значення: за 2015 рік – 33%, за 2020 рік – 50%, за 2025 рік – 75%, за 2030 рік – 100% [5].

Щодо оціночних значень вищеперерахованих індикаторів інноваційності національної економіки в контексті виконання завдань сталого розвитку, то викликає сумнів показник – частки осіб до 40 років у складі наукових працівників та викладачів ВНЗ із науковим ступенем розміром 100%, який повинен бути у 2030 році. Такого значення показника можливо або навіть доцільно досягти за умови зменшення пенсійного віку наукових працівників. В противному разі, на нашу думку певна варіація віку наукових працівників потрібна, адже старші науковці більш досвідчені та обізнані. Не зважаючи на переваги молодих науковців, певний обмін досвідом між науковцями різ-

Рис. 3. Структура експорту України 2017 р. [6]

Таблиця 1

Завдання сталого розвитку, що стосуються інноваційності національної економіки та індикатори їх виконання

Завдання сталого розвитку	Індикатори
Сприяти прискореному розвитку високо- та середньо високо технологічних секторів переробної промисловості, які формуються на основі використання ланцюгів «освіта – наука – виробництво» та кластерного підходу за напрямами: розвиток інноваційної екосистеми;	(9.4.1.) частка доданої вартості за витратами виробництва підприємств, які належать до високотехнологічного сектору переробної промисловості (зокрема, з виробництва фармацевтичних продуктів і препаратів; комп'ютерів, електронної та оптичної продукції; повітряних і космічних літальних апаратів, супутнього устаткування відповідно до КВЕД) у загальній доданій вартості за витратами виробництва, %;
розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІКТ); застосування ІКТ в АПК, енергетиці, транспорті та промисловості; високотехнологічне машинобудування; створення нових матеріалів; розвиток фармацевтичної та біо інженерної галузей	(9.4.2) частка доданої вартості за витратами виробництва підприємств, які належать до середньо високо технологічного сектору переробної промисловості (зокрема, виробництва хімічної продукції; електричного устаткування; машин та устаткування; автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів; інших транспортних засобів відповідно до КВЕД), у загальній доданій вартості за витратами виробництва, %;
	(9.4.3.) частка працівників, зайнятих на підприємствах, які належать до високо- та середньо високо технологічних секторів переробної промисловості (зокрема, з виробництва фармацевтичних продуктів і препаратів; хімічної продукції; машинобудування; комп'ютерів, електронної та оптичної продукції; повітряних і космічних літальних апаратів, супутнього устаткування відповідно до КВЕД), у загальній кількості зайнятих працівників у промисловості, %;
Створити фінансову та інституційну системи (інноваційну інфраструктуру), що забезпечуватимуть розвиток наукових досліджень та науково-технічних (експериментальних) розробок	(9.5.1.) частка витрат на виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП, % (9.5.2.) частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
Забезпечити доступність Інтернету, особливо у сільській місцевості	(9.6.1.) рівень охоплення населення Інтернет-послугами, абонентів на 100 жителів
Забезпечити збільшення участі молоді у наукових дослідженнях	(9.7.1.) частка осіб до 40 років у складі наукових працівників та викладачів ВНЗ із науковим ступенем, %

Джерело: [5]

них поколінь потрібно забезпечувати. Адже розрізняють два основні фактори виробництва – ресурси управління (human resources management, HRM, HR-менеджмент) та науки (newest technologies, innovations). Ресурси управління (human resources) – це управлінські кадри, які характеризуються досвідом, професійним рівнем та здатністю адаптуватися (soft skills) [7]. Як правило перші дві характеристики управлінських ресурсів: досвід та професійні навички є більш характерними для наукових працівників та викладачів ВНЗ віком понад 40 років, а здатність адаптуватися (soft skills) – це характеристика переважно молодих науковців.

Ресурсне забезпечення інноваційного оновлення національного економічного середовища складається із декількох частин: природні та енергетичні ресурси, людський капітал, фінансові ресурси та інвестиції, технічні та технологічні ресурси. Тільки збалансоване використання всіх складових ресурсного забезпечення може призвести до оновлення національного економічного середовища.

Таким чином, ефективність організаційного механізму інноваційного оновлення національного економічного середовища потребує збалансованого використання системи забезпечення інноваційного розвитку економіки, що повинно бути врегульовано державною інвестиційно-інноваційною політикою. Перераховані організаційні складові механізму будуть визначати можливості інноваційного розвитку та сприятимуть практичному впровадженню результатів науково-дослідних робіт у виробничу та побутову сферу. Необхідно зазначити, що організаційні засади інноваційної діяльності повинні враховувати специфіку національної економіки та сформовані традиції, в той же час бути уніфікованими у відповідності до глобальних тенденцій та відповідати засадам сталого розвитку.

Висновки. Якщо розглядати інвестиційно-інноваційну систему країни із врахуванням внутрішніх соціальних взаємозв'язків та комунікацій, то головною її метою можливо вважати задоволення потреб людського розвитку на базі формування та використання ефективної системи соціально-економічних комунікацій між державою, бізнесом, громадою та окремими громадянами. Такі комунікації повинні сприяти проникненню та розповсюдженню інновацій в різні сфери суспільного життя. Національну, як і регіональну, інвестиційно-інноваційну систему необхідно розглядати як відкриту систему взаємозв'язків та комунікацій в якій відбувається трансформація наявних ресурсів в нові продукти, інтелектуальні та матеріальні цінності, суспільні блага. Ефективність трансформаційних процесів залежить від нормативно-правового, наукового, інформаційно-аналітичного та ресурсного забезпечення. Все це виступає базовою основою інвестиційно-інноваційного розвитку національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Прядко І.В. Ефективність організаційного забезпечення інноваційної діяльності / І.В. Прядко // Економіка і регіон. – 2015. – №2 (51). – С. 113-119 с.
2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/uploads/documents/36382.pdf
3. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року.
4. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf
5. Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://menr.gov.ua/.../Національна%20доповідь%20ЦСР%20України_липень%20201
6. Український експорт: крок вперед чи біг на місці? Київський міжнародний економічний форум. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://forumkyiv.org/uk/analytics/ukrayinskij-eksport:-krok-vpered-chi-big-na-misci
7. Нуреев Р. Теории развития: кейнсианские модели становления рыночной экономики / Р. Нуреев // Вопросы экономики. – 2000. – № 4. – С. 142.
8. Іртищева І.О. Інноваційні процеси – важлива передумова забезпечення сталого розвитку України / Іртищева І.О. // Стратегія забезпечення сталого розвитку України. Матеріали міжнар. наук. –практ. конф. м. Київ, 20 березня 2008 р. – У трьох частинах / РВПС України НАН України. – К.: РВПС України НАН України, 2008. – Ч. 3. – 334 с.

Аннотация. Статья посвящена исследованию организационных механизмов инновационного обновления национального экономической среды и поиска ключевых элементов их совершенствования. На основании проведенных исследований установлено, что к основным причинам недостаточной эффективности капитального инвестирования в экономику является слабая ориентация инвестиционных вложений на стратегическое развитие предприятий и государства в целом. Значительная часть инвестиций направляется в кратко- и среднесрочные проекты, или на экстенсивное воспроизводство основных средств в результате достаточно серьезного уровня физического износа мощностей. Об этом свидетельствует исследована структура капитальных инвестиций по видам активов, среди которых в течение всего последние 10 лет почти 97% инвестиций направлялось в материальные активы, в частности здания, машины и оборудование. Как показывает опыт развитых стран, основными направлениями капитальных инвестиций, имеющих исключительное значение для роста экономики в долгосрочной перспективе является прежде всего инвестиции в инновационные проекты, инфраструктуру и развитие человеческого капитала. Доказано, что именно такие инвестиции создают наиболее высокий мультипликативный эффект для экономического роста и способствуют повышению адаптивных возможностей экономического потенциала национальной экономики в условиях современных изменений.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, инвестиционно-инновационные процессы, национальная экономика

Summary. The article is devoted to the research of organizational mechanisms of innovative renewal of the national economic environment and the search for key elements of their improvement. According to the results of the study, there is a direct multiplicative link between investment and GDP growth in an economy that is weakening under conditions of destabilization. That is why, at the present stage, the primary task is to seek financial, foreign economic, political and social balance, which will ensure stable conditions for the development of the national economy and stimulate growth of investment potential by improving the investment climate and the inflow of foreign investment. Based on the conducted research, it is determined that the main reasons for the lack of efficiency of capital investment in the economy is the poor orientation of investments to the strategic development of enterprises and the state as a whole. Much of the investment goes to short- to medium-term projects, or to extensive reproduction of fixed assets due to a sufficiently serious level of physical deterioration of the facilities. This is evidenced by the researched structure of capital investments by types of assets, among which over the last 10 years almost 97% of investments were directed to tangible assets, in particular buildings, machinery and equipment. As the experience of developed countries shows, the main areas of capital investment that are crucial for the long-term economic growth are, first of all, investment in innovative projects, infrastructure and human capital development. It is proved that such investments create the highest multiplier effect for economic growth and help to increase the adaptive capacity of the economic potential of the national economy in the conditions of modern changes. Thus, the results of the analysis showed that the efficiency of using the investment potential of the country in terms of their impact on economic growth (investment multiplier) and the production of investment resources by the economy (accelerator of investment) depends primarily on the stability of economic development. Significant fluctuations (decline) in multiplier indicators during periods of economic crisis (including 2008-2010 and 2014-2015) indicate that investment potential as an instrument of economic stabilization is not being used to a sufficient extent.

Key words: investments, innovations, investment-innovation processes, national economy

УДК 657.37

Кононенко О. Л.
аспірант,
Донбаська державна машинобудівна академія
м. Краматорськ

Kononenko O. L.
Postgraduate Student
Donbas State Engineering Academy

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

ORGANIZATIONAL MECHANISM OF REALIZATION OF ANALYSIS AND CONTROL OF FINANCIAL STATEMENTS OF BUDGET INSTITUTIONS OF UKRAINE

Анотація. У статті розвинуто організаційний механізм аналізу та контрою фінансової звітності бюджетних установ, який забезпечує наступні переваги: більшу інформативність головних розпорядників бюджетних коштів, Верховної Ради та уряду стосовно результатів використання фінансових ресурсів, які надані бюджетній установі державою; простоту, стислість, структурованість та зрозумілість сукупності показників за правовою ефективністю та прагматичною ефективністю, що дозволятиме не тільки фахівцям відстежувати результати діяльності бюджетних установ, а й бути їм корисними для громадськості, як джерела податкових надходжень та альтернативного спостерігача за розподіленням бюджетних коштів; аналітичне забезпечення для прийняття рішень у бюджетному менеджменті стосовно фінансування бюджетних установ на підставі зіставлення висновків щодо контролю правових аспектів та прагматичних, пошуку резервів підвищення результатів використання бюджетних коштів, формування ефективної управлінської політики на рівні установ; чутливість та гнучкість до змін можливостей (і очікувань) перерозподілу бюджетних ресурсів.

Ключові слова: механізм, аналіз, контроль, бюджетна установа, фінансова звітність.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Методологія організації аналізу та контролю фінансової звітності бюджетних установ передбачає можливість максимізувати позитивні екстерналії діяльності та управлінських рішень бюджетних установ для досягнення державних інтересів у бюджетній політиці. Напрями контролю фінансової звітності визначають не тільки правильність та цільовий характер використання бюджетних коштів, а й пріоритети продуктивності та результативності її діяльності. Вони забезпечують Верховну раду, уряд та громадськість інформацію щодо обґрунтованих планових обсягів бюджетних асигнувань, які мають бути спрямовані до тих установ, де краще (більш результативно) використовуються обмежені ресурси.

Наведені трансформації потребують розвитку та удосконалення організаційного механізму проведення аналізу та контролю фінансової звітності бюджетних установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядаючи сучасні підходи до організації аналізу та контролю фінансової звітності бюджетних установ, авторами не виокремлюється саме аспект фінансової звітності. Так, відокремлено вказується на: удосконалення зовнішнього або державного фінансового контролю (Г. Рак [1] та І. Максименко та О. Сопілко [2]), внутрішнього контролю (Д. Калінкін [3]), необхідність синергії внутрішнього та зовнішнього аудиту (К. Назарова [4]), аналіз та контроль виконання кошторису бюджетної установи, її доходів та видатків (О. Кожушко [5]), виявлення резервів підвищення фінансових показників (К. Ткаченко [6]), фінансовий механізм забезпечення бюджетних установ (Т. Канєва, А. Думікян [7]).

Метою статті є розвиток організаційного механізму реалізації аналізу та контролю фінансової звітності бюджетних установ України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною спрямованістю організаційного забезпечення аналізу та контрою фінансової звітності бюджетних установ є, на наш погляд, більш точне визначення ефективності використання бюджетних коштів в комплексі з керівними принципами та стандартними шаблонами зовнішнього та внутрішнього аудиту фінансової звітності. Автори вказують на те, що «існуюча в Україні система фінансування бюджетних установ є недосконалою і потребує реформування, насамперед в аспекті переходу від виключно витратного методу, до методу фінансування спрямованого на результат» [7, с. 235] та пропонуються «напрямки підвищення ефективності функціонування бюджетних установ, шляхом застосування окремих елементів моделі часткової автономії, з урахуванням особливостей реалізації вітчизняного бюджетного процесу» [7, с. 235].

Відповідно, організація контролю й аналізу має відтворювати:

більшу інформативність головних розпорядників бюджетних коштів, Верховної Ради та уряду стосовно результатів використання фінансових ресурсів, які надані бюджетній установі державою;

простоту, стислість, структурованість та зрозумілість сукупності показників за правовою ефективністю та прагматичною ефективністю, що дозволятиме не тільки фахівцям відстежувати результати діяльності бюджетних установ, а й бути їм корисними для громадськості, як джерела податкових надходжень та альтернативного спостерігача за розподіленням бюджетних коштів;

аналітичне забезпечення для прийняття рішень у бюджетному менеджменті стосовно фінансування бюджетних установ на підставі зіставлення висновків щодо контролю правових аспектів та прагматичних, пошуку резервів підвищення результатів використання бюджетних коштів, формування ефективної управлінської політики на рівні установ;

чутливість та гнучкість до змін можливостей (і очікувань) перерозподілу бюджетних ресурсів.

Врахування означених керівних положень організації контролю бюджетного процесу на основі аналізу достатності фінансування, надійності, результативності діяльності та ліквідності бюджетних установ за фінансовою звітністю визначатимуться його найпродуктивніші шляхи.

Періодичність аналізу та контролю за визначеними напрямами має відбуватися:

Рахунковою палатою – раз на рік паралельно з прийнятною практикою незалежного фінансового контролю для формування довідкової інформації для Верховної ради, що має буде врахована при прийнятті рішень стосовно фінансування бюджетних установ з Державного бюджету на наступний рік;

органами внутрішнього контролю та державного контролю – щоквартально (для своєчасного прийняття відповідних управлінських рішень з приводу коригування фінансових показників) та підсумково – щорічно (для звітування за показниками достатності, надійності, результативності та ліквідності бюджетних установ, за якими мають бути прийнято рішення щодо бюджетних асигнувань конкретній установі в тій мірі, в якій вона потребує коштів та здатна на результативне їх використання. Саме установи, в яких показники достатності фінансування на основі бюджетних асигнувань є порівняно нижчими, а результативності, надійності, ліквідності – вищими, – обґрунтовано можна вважати лідерами у розподіленні бюджетних коштів, адже їх керівництво вмотивоване та здатне ефективно їх використовувати;

керівниками бюджетної установи (самоаналіз та самоконтроль) – перманентно, вчасно застосовуючи управлінські рішення щодо підвищення результатів використання бюджетних коштів, залучення додаткових джерел фінансування, забезпечення результативності діяльності та ліквідності бюджетної установи.

Цикл організації аналізу та контролю фінансової звітності має включати:

на етапі планування бюджетних асигнувань:

проектування фінансування бюджетних установ з представленням супровідних документів, що містять докладну інформацію і коментарі органів державного фінансового контролю та Рахункової палати про результати їх аудиту у попередньому періоді. Для цього організації подають Верховній Раді та уряду звіти та рекомендації щодо обсягу бюджетних асигнувань та напрямів їх використання, формулюванням пріоритетних завдань на наступний рік, виходячи з оцінки показників бюджетних установ протягом звітного року;

восени, після надання представлення та надання звітів органів контрою мають формуватися та затверджуватися бюджетні програми, які виражають не тільки обсяг бюджетних асигнувань, але й основні завдання бюджетних установ;

на етапі реалізації:

на початку року керівництвом бюджетних установ має бути сформований план, який включає дії керівництва щодо досягнення цільових результатів на поточний рік, відображаючи пріоритети, встановлені державою за програмами. Такий план, в свою чергу, буде складати основу для аналізу планових та фактичних показників достатності фінансування, надійності, результативності та ліквідності;

на етапі моніторингу та корегування відбуватимуться дії, передбачені методичним підходом до аналізу та контролю фінансової звітності з боку самоконтролю, внутрішніх та зовнішніх органів контролю;

на етапі завершення бюджетного року та звітування (навесні), кожна бюджетна установа має підготувати фінансову звітність та оцінити досягнення показників (самоаналіз), а також має бути проведений контроль та аудит цих показників органами контролю.

Для узгодження звітів по аналізу та контролю з боку бюджетних установ та органів контролю пропоновано ввести «Звіт про оцінку досягнутих результатів бюджетною установою» та «Консолідований звіт про оцінку досягнутих результатів» за групами установ бюджетної сфери за затвердженими формами. Таке звітування є орієнтованим на ефективність розподілу бюджетних коштів між установами державного сектору та певним чином гармонізує та консолідує інформацію з різних джерел (від бюджетних установ та органів контролю, казначейства) через об'єднання у такому потенційному звіті абсолютних показників фінансових звітів та структуровану та систематизовану інформацію про оцінку відносних показників діяльності бюджетних установ, розрахованих на основі цих фінансових звітів.

Глобальне значення пропонованих «Звіту про оцінку досягнутих результатів бюджетною установою» та «Консолідованого звіту про оцінку досягнутих результатів» полягає у тому, що вони допомагають сфокусуватися на багаторічних стратегічних планах Державного бюджету. Вони відображатимуть, яким чином керівники бюджетних установ роблять та будуть робити свій внесок у забезпечення ефективності бюджетних асигнувань, дозволятимуть оцінити компетенції керівників у їх здатності до розвитку бюджетних установ, якісному виконанню покладених на них функціональних обов'язків.

Крім того, інформація, наведена у таких звітах сприятиме міжвідомчій координації, посиленню співпраці між різними бюджетними установами однієї сфери діяльності та органами контролю, які беруть участь у моніторингу показників фінансової звітності, спільному розумінню того, як долати виклики у певній сфері.

На більш формальному рівні, керівники бюджетних установ можуть консультуватися між собою, ділитися досвідом, ресурсами та укладати спільні угоди про механізми співпраці.

Узагальнено організаційний механізм аналізу та контролю фінансової звітності бюджетних установ наведено на рис. 1.

Введення єдиного звітного консолідованого документа стратегічного характеру посилить не тільки ефективність розподілу бюджетних коштів, а й забезпечуватиме реалізацію функції транспарентності розпорядників бюджетних коштів через прозорість та відповідальність у бюджетному процесі.

Як відзначають фахівці, «перспективи вдосконалення фінансового контролю залежать від його якості на всіх його етапах і своєчасності адекватного реагування фінансових органів, головних розпорядників кредитів та органів влади на результати подальшого контролю, тобто на виявлені факти нецільового і неефективного використання бюджетних коштів шляхом вживання заходів для відшкодування незаконних витрат, регулювання обсягів фінансування і приведення у відповідність із нормативно-

правовими актами, що регулюють бюджетний процес» [8, с. 140].

Сприяння координації підходів до складання бюджету на основі оцінки результатів діяльності бюджетних установ за наведеними показниками фінансової звітності є важливим елементом бюджетного процесу, який відповідає тенденції розвитку та вдосконалення бюджетного менеджменту на національному рівні.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У статті пропоновано організаційний механізм аналізу та контрою фінансової звітності бюджетних установ, головною спрямованістю якого визначено більш точне визначення ефективності використання бюджетних коштів в комплексі з керівними принципами та стандартними шаблонами зовнішнього та внутрішнього аудиту фінансової звітності; сприяння координації під-

Рис. 1. Організаційний механізм аналізу та контролю фінансової звітності бюджетних установ (*розвинуто автором*)

ходів до складання бюджету на основі оцінки результатів діяльності бюджетних установ за пропонованими показниками аналізу та контролю фінансової звітності, які окреслені у механізмі, є важливим елементом бюджетного процесу.

Розвинутий у роботі організаційний механізм аналізу та контрою фінансової звітності бюджетних установ забезпечує наступні переваги: більшу інформативність головних розпорядників бюджетних коштів, Верховної Ради та уряду стосовно результатів використання фінансових ресурсів, які надані бюджетній установі державою; простоту, стислість, структурованість та зрозумілість сукупності показників за правовою ефективністю та прагматичною ефективністю, що дозволятиме не тільки фахівцям відстежувати результати діяльності бюджетних установ, а й бути їм корисними для громадськості, як джерела податкових надходжень та альтернативного спостерігача за розподіленням бюджетних коштів; аналітичне забезпечення для прийняття рішень у бюджетному менеджменті стосовно фінансування бюджетних установ на підставі зіставлення висновків щодо контролю правових аспектів та прагматичних, пошуку резервів підвищення результатів використання бюджетних коштів, формування ефективної управлінської політики на рівні установ; чутливість та гнучкість до змін можливостей (і очікувань) перерозподілу бюджетних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Рак Г. В. Організаційно-методичне забезпечення процедури зовнішнього контролю використання фінансових ресурсів бюджетних установ в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 14(2). С. 88-93.
2. Максименко І. Я., Сопілко О. А. Державний фінансовий контроль як важливий фактор дієвості ведення обліку та аналізу діяльності бюджетних установ. Агросвіт. 2016. № 15-16. С. 36-40.
3. Калінкін Д. В. Рекомендації щодо упорядкування внутрішнього аудиту бюджетних установ. Бізнес Інформ. 2017. № 1. С. 251-255.
4. Назарова К. А. Перспективы реализации результатов синергии внутреннего и внешнего аудита. Бізнес Інформ. 2015. № 4. С. 219-224.
5. Кожушко О. В. Фактори впливу на стан організації ревізії виконання кошторису на утримання бюджетної установи. Інноваційна економіка. 2015. № 1. С. 231-238.
6. Ткаченко К. П. Вибір методу аналізу звіту про фінансовий стан (баланс) бюджетних установ задля виявлення резервів підвищення ефективності діяльності. Управління розвитком. 2014. № 9. С. 101-103.
7. Канєва Т. В., Думікян А. К. Економічна сутність фінансового забезпечення діяльності бюджетних установ. Економічний вісник університету. 2016. Вип. 31(1). С. 235-241.
8. Одинець Д. О. Удосконалення організації контролю фінансово-господарської діяльності бюджетних установ. Управління розвитком. 2014. № 3. С. 139-140.

Аннотация. В статье предлагается организационный механизм анализа и контроля финансовой отчетности бюджетных учреждений, основное внимание в котором уделяется более точному определению эффективности использования бюджетных средств в сочетании с руководящими принципами и стандартными шаблонами для внешнего и внутреннего аудита финансовой отчетности. Содействие координации подходов к составлению бюджета на основе оценки эффективности работы бюджетных учреждений по предлагаемым показателям анализа и контроля финансовой отчетности, которые изложены в механизме, является важным элементом бюджетного процесса. Предложенный в работе организационный механизм анализа и контроля финансовой отчетности бюджетных учреждений обеспечивает следующие преимущества: большую информативность главных распорядителей бюджетных средств, Верховной Рады и правительства о результатах использования финансовых ресурсов, предоставленных бюджетному учреждению государством; простоту, краткость, структурированность и понятность совокупности показателей правовой эффективности и прагматичной эффективности, что позволит не только специалистам отслеживать результаты деятельности бюджетных учреждений, но и могут быть полезны для общественности, как источника налоговых поступлений и альтернативного наблюдателя за распределением бюджетных средств; аналитическое обеспечение принятия решений в бюджетном менеджменте относительно финансирования бюджетных учреждений на основании сопоставления выводов по контролю правовых аспектов и прагматических, поиска резервов повышения результатов использования бюджетных средств, формирования эффективной управленческой политики на уровне учреждений; чувствительность и гибкость к изменениям возможностей (и ожиданий) перераспределения бюджетных ресурсов.

Ключевые слова: механизм, анализ, контроль, бюджетное учреждение, финансовая отчетность.

Summary. The article proposes an organizational mechanism for analysis and control of financial statements of budgetary institutions, the main focus of which is a more accurate definition of the effectiveness of budget funds in combination with guidelines and standard templates for external and internal audit of financial statements; Facilitating the coordination of approaches to budgeting based on the evaluation of the performance of budgetary institutions on the proposed indicators of analysis and control of financial statements, which are outlined in the mechanism, is an important element of the budget process. The article develops an organizational mechanism for analysis and control of financial statements of budgetary institutions, which provides the following advantages: greater information of the main managers of budget funds, the Verkhovna Rada and the government on the results of financial resources provided to the budgetary institution by the state; simplicity, brevity, structure and comprehensibility of a set of indicators for legal efficiency and pragmatic efficiency, which will allow not only professionals to monitor the performance of budgetary institutions, but also to be useful to the public as a source of tax revenue and an alternative observer of budget allocations; analytical support for decision-making in budget management regarding the financing of budgetary institutions on the basis of comparing conclusions on the control of legal and pragmatic aspects, finding reserves to improve the results of budget funds, forming an effective management policy at the institutional level; sensitivity and flexibility to changes in opportunities (and expectations) for redistribution of budget resources.

Key words: mechanism, analysis, control, budgetary institution, financial reporting.

УДК 332.1

Лондаренко Д. О.
здобувач наукового ступеня,
судово-економічний експерт
ПП «ГАЛАЕКСПЕРТ»

Londarenko D. O.
Candidate for an Academic Degree,
Forensic Economic Expert
PE «GALAEXPERT»

ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ: ПРОБЛЕМАТИКА, СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ

INNOVATIVE AND TECHNOLOGICAL MODERNIZATION OF REGIONAL ECONOMIES: PROBLEMS, STATE, PROSPECTS

Анотація. У статті досліджено теоретичні та практичні аспекти проблем та перспектив інноваційно-технологічної модернізації економіки регіону в реаліях сучасної України. Визначено пріоритетні напрями економічного розвитку України в цілому і її регіонів на сучасному етапі. Обґрунтовано основні передумови, що визначають необхідність структурно-технологічної модернізації економіки з метою сталого розвитку регіонів. В ході дослідження визначено структуру витрат на технологічні інновації в економіці України та їх основні напрямки. Виділено найважливіші керуючі параметри сталого розвитку економіки регіонів на основі інноваційно-технологічної модернізації. Визначено основні завдання інноваційної модернізації економіки регіонів України. Доведено, що реформування економіки регіонів України, що мають різні стартові рівні економічного і соціального розвитку, веде до пасивного пристосування територіально-виробничої структури економіки регіонів до потреб світового ринку, а у стійкому соціально-економічному становищі знаходяться регіони, що мають високий рівень розвитку і ефективну структуру промисловості. Наголошено, що інноваційно-технологічна модернізація економіки регіонів обумовлюється необхідністю забезпечення прискорених темпів їх соціально-економічного розвитку, а основні передумови інноваційної і технологічної модернізації економіки регіонів зводяться до чіткого позначення регіональних пріоритетів з урахуванням розширення їх економічної самостійності, до конкретного формулювання цілей і завдань інноваційно-технологічної модернізації промислового виробництва. Обґрунтовано, що важливим напрямком інноваційно-технологічної модернізації економіки регіонів є стимулювання приватних та іноземних інвестицій у виробництво через механізми ринку капіталу. Зазначено, що податкові пільги повинні стимулювати модернізацію виробництва на підприємствах усіх сфер економіки.

Ключові слова: інноваційно-технологічна модернізація, науково-технічний розвиток, регіональна економіка, інноваційна інфраструктура, економічне регулювання, кластеризація, оподаткування, державне стимулювання.

Постановка проблеми. Сучасна криза, що охопила українську економіку, показала, що структурні перетворення у виробничій сфері проводяться повільно, відсутня чітко сформульована державою промислова політика. Концентрація зусиль у цьому напрямі здатна привести до диверсифікації економіки України, відмови від суто сировинної спрямованості і підвищити конкурентоспроможність позицій регіонального виробництва в рамках масштабного поділу праці в сучасному глобалізованому світі.

Актуальність теми даного дослідження визначається стрімко зростаючим впливом таких нових форм інтеграції науки і виробництва на регіональному рівні, як технополіси і технопарки, на інноваційну перебудову галузевої і територіальної структури економіки регіонів розвинених країн світу. Становлення і розвиток територіальних форм науково-виробничої інтеграції – явище відносно недавнє і маловивчене, воно відбувається на стику епох індустріального і постіндустріального розвитку суспільства. На сучасному етапі НТР розвиток економіки високорозвинених країн базується, перш за все, на підвищенні наукомісткості виробництва, створенні систем ефективної взаємодії між усіма структурами, що визначають науково-технічний прогрес в окремому регіоні. В Україні регіональний рівень науково-технічного розвитку вкрай потребує найбільш досконалих інноваційних типів (форм) інтеграції науки і виробництва, основними з яких є технополіси і технопарки, які до теперішнього часу являються структуроутворюючими елементами господарства більшості регіонів і штатів розвинених країн.

Сьогодні, в умовах значного скорочення державного фінансування, накопичений у високотехнологічних галузях науково-технічний та інтелектуальний потенціал може бути втрачений. У нашій країні інноваційно-технологічна модернізація регіональної економіки тільки відбувається, в стадії становлення знаходяться і наукові підходи до формування стратегії розвитку технополісів, організації системи управління ними в умовах українських регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем інноваційно-технологічної модернізації регіональної економіки присвячені праці таких дослідників, як Авдулова О., Глаузнер Н., Кулькіна О., Келле В., Клейн Е., Татаркіна О., Дагаєва А., Суховій А., Перевалова Ю., Нестеренко О., Ятнова О., Голова В., Кузнєцова Г., Лагодієнко В., Тимоніна В., Богатирьова О., Шумпетер Й. та ін.

Незважаючи на увагу, яка приділяється проблемам інноваційно-технологічної модернізації економіки регіонів в Україні, існує необхідність в розробці науково-обґрунтованої теоретичної та практичної бази по формуванню інноваційних науково-технологічних об'єктів регіонального значення.

Мета статті полягає в обґрунтуванні основних засад інноваційно-технологічної модернізації економіки регіонів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Пріоритетними напрямками економічного розвитку України в цілому і її регіонів на сучасному етапі можна визначити:

• модернізацію структури економіки, забезпечення її конкурентоспроможності на внутрішніх і зовнішніх ринках;

• взаємопов'язаний і збалансований розвиток соціально-економічних підсистем;

• досягнення високої ефективності розвитку економіки на макроекономічному та регіональному рівнях.

В даний час в економіці більшості регіонів України переважає витратний механізм. У них ще не подолані виниклі в початковий період реформування економіки некеровані процеси в області відтворення, ціноутворення, взаєморозрахунків за реалізовану продукцію, поглиблюється ступінь диференціації соціально-економічного розвитку регіонів. Ці фактори чинять негативний вплив на рівень і напрямки соціально-економічного розвитку на мезорівні, особливо регіонів, що мають сировинну і напівпродуктову орієнтацію розвитку.

Інтеграція економіки окремих регіонів країни не сприяє прискоренню економічного зростання, не забезпечує підвищення ефективності економіки за рахунок приведення в дію регіональних факторів розвитку. Вона обумовлює збереження в цих регіонах моделі економіки, основні риси якої полягають в домінуванні виробництв, що мають сировинну і напівпродуктову орієнтацію розвитку, в нестачі інноваційного та інвестиційного потенціалу для якісного зростання економіки, слабкому розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, низькій якості життя населення [6].

Реформування економіки регіонів України, що мають різні стартові рівні економічного і соціального розвитку, веде до пасивного пристосування територіально-виробничої структури економіки регіонів до потреб світового ринку. У стійкому соціально-економічному становищі знаходяться регіони, що мають високий рівень розвитку і ефективну структуру промисловості.

В даний час виникла необхідність розробки середньо- і довгострокових заходів, спрямованих на подолання кризових явищ в економіці регіонів, на стабілізацію соціально-економічної ситуації в країні і підвищення стійкості економічного розвитку регіонів на основі удосконалення та оновлення структури економіки, орієнтованої на збільшення частки конкурентоспроможної кінцевої продукції в загальному обсязі виробництва.

В умовах високих темпів інтеграції внутрішніх і зовнішніх ринків, руху капіталів і прискорення інвестиційних потоків сталий економічний і соціальний розвиток регіонів України передбачає динамічний, взаємопов'язаний і збалансований розвиток в регіонах сфер матеріального виробництва і виробничої інфраструктури, зростання чисельності населення і розвиток соціальної сфери. Ефективне функціонування регіональних соціально-економічних підсистем, підвищення рівня і якості життя населення на основі більш повного і ефективного приведення в дію виробничого, людського, природного, науково-технічного потенціалу регіонів, досягнення в них високих темпів економічного зростання може бути реалізовано тільки при забезпеченні інноваційного розвитку регіонів, основу якого становить інноваційно-технологічна модернізація економіки. У свою чергу вона являє собою удосконалення і оновлення економіки на основі впровадження новітніх науково-технічних досягнень і прогресивних технологій, здійснення ефективних структурних зрушень та інституційних перетворень, спрямованих на економічне зростання і підвищення конкурентоспроможності економіки регіону в міжрегіональному і міжнародному поділі праці [3].

Інноваційно-технологічна модернізація економіки регіону – це структурні, технічні та технологічні перетворення в економіці, спрямовані на досягнення динамічного економічного зростання, забезпечення глобальної конкурентоспроможності економіки регіону, підвищення рівня та якості життя населення. Інноваційна модернізація спрямована на забезпечення структурної перебудови економіки регіону на основі науково-технічних і технологічних інновацій у виробничому потенціалі, на підвищення ефективності регіональних соціально-економічних підсистем, забезпечення їх високої конкурентоспроможності в глобальній економіці з метою досягнення сталого соціально-економічного розвитку регіону. Технологічна модернізація економіки регіону покликана забезпечити технічне і технологічне оновлення діючого виробничого потенціалу регіону, перетворити технічні і технологічні нововведення в основний фактор розвитку економіки і соціальної сфери регіону, забезпечити прискорений розвиток високотехнологічних видів діяльності, зростання науково-технічного і виробничого потенціалу регіону. У структурно-технологічній модернізації економіки регіону всі напрямки модернізації тісно взаємопов'язані. Модернізація в техніці і технології виробництва викликає структурні зрушення в економіці, а інституційні перетворення породжують зміни в системі соціально-економічних відносин [8].

В якості основних передумов, що визначають необхідність структурно-технологічної модернізації економіки з метою сталого розвитку регіонів, можна визначити наступні:

• спад виробництва і погіршення економічних параметрів;

• переважно сировинна та напівпродуктова спрямованість економіки регіонів;

• недосконалість структури виробництва, внутрішньо- та міжгалузеві територіальні диспропорції в економіці більшості регіонів;

• низька питома вага виробництва кінцевої продукції;

• слабка конкурентоспроможність продукції;

• знос основних виробничих фондів;

• зменшення якісних природних ресурсів;

• політика жорстких фінансових обмежень.

Інноваційно-технологічна модернізація економіки регіонів спрямована на подолання суттєвої диференціації та відставання в економічному та соціальному розвитку регіонів, на економічне зростання, забезпечення високої конкурентоспроможності регіональних соціально-економічних систем у глобальній економіці на основі активної інноваційної діяльності, прогресивних структурних та інституційних змін. Стратегічним завданням інноваційно-технологічної модернізації економіки регіонів є не здійснення окремих науково-технічних і технологічних нововведень, не реалізація якої-небудь короткострокової програми стабілізації економіки, а забезпечення корінних, якісних змін у структурі економіки і технології виробництва, формування нових соціально-економічних підсистем на базі науково-технічних і технологічних нововведень, прогресивних структурних зрушень та ефективних інституційних перетворень [2].

Інноваційно-технологічна модернізація економіки регіонів може бути вирішена тільки при реалізації стратегії і тактики соціально-економічного розвитку регіонів

з урахуванням особливостей формованих нових соціально-економічних підсистем. У свою чергу це передбачає створення високорозвиненого виробничого, кадрового, інноваційного, інвестиційного потенціалу, здійснення структурної перебудови економіки та інституційних перетворень з утворенням нових відносин власності, структури господарства, форм управління, відтворювальних механізмів [10].

У структурі промисловості України в період 2006-2016 рр. відбулися певні зрушення: частка видобувних секторів виробництва знизилася, а обробних підвищилася на 2,0% у структурі добувної промисловості питома вага виробництв, що спеціалізуються на видобутку паливно-енергетичних ресурсів, знизилася на 3,4%, що було викликано скороченням обсягів видобутку нафтогазової сировини і палива. У той же час частка видобутку інших корисних копалин підвищилася на 0,1%. Зниження загального обсягу вироблення продукції хімії та нафтохімії було пов'язано зі слабкою забезпеченістю нафтохімічних підприємств нафтогазовою сировиною. Відносне поліпшення показників легкої промисловості викликане зростанням обсягу виробництва нетканих матеріалів. Питома вага виробництва і розподілу електроенергії, газу і води в структурі промислового виробництва знизилася з 10,4% до 8,6%, частка деревообробної промисловості залишилася приблизно на одному рівні (з деякими коливаннями) [5].

Позитивною тенденцією є те, що в структурі промисловості України частка високотехнологічних виробництв – виробництво електрообладнання, електронного та оптичного обладнання, транспортних засобів та обладнання – зросла з 2,6% до 9,5 %. Підвищилася питома вага металургійного виробництва і виробництва готових металевих виробів з 1,9% до 4,0 %.

В Україні в період 2006–2016 рр. кількість промислових підприємств, що випускають інноваційну продукцію, збільшилася на цілих 51,2%. Збільшилася частка новоствореної продукції та продукції, що зазнавала протягом останніх трьох років значних технічних змін, на 56,8%. Питома вага підприємств і організацій, що займалися в 2016 р. інноваційною діяльністю, в загальному числі обстежуваних підприємств і організацій склала 11,1%. У порівнянні із середнім рівнем в Україні цей показник в обробній промисловості виріс на 6,7%, а в добувній промисловості скоротився на 6,6%. У структурі обробної промисловості частка підприємств і організацій, що займалися інноваційною діяльністю, в нафтопереробці збільшилася на 8,9%, в металургії – на 9,1%, в машинобудуванні і металообробці – на 11,5%, в легкій промисловості – на 10%, в хімічній і нафтохімічній промисловості – на 53,9% більше, ніж в середньому по всіх регіонах. У структурі інноваційно активних виробництв підприємства добувної промисловості складають всього 2 %. В обробній промисловості найбільшу питому вагу займають підприємства машинобудування і металообробки – 43 % [4].

В Україні основний обсяг інноваційної продукції в 2016 р. був проведений на промислових підприємствах. Сфера послуг дала всього 3,4% загального обсягу продукції.

Структура виробленої інноваційної продукції нестабільна. В Україні за 2006-2016 рр. обсяг відвантаженої інноваційної продукції виріс в 7,3 рази. У тому числі відбулося збільшення знову впровадженої або значно зміненої продукції – в 28,7 рази, а вдосконаленої – в 1,2 рази. В результаті в структурі загального обсягу відвантаженої інноваційної продукції частка знову впровадженої або значно зміненої продукції підвищилася з 24,2 % – в 2006 р. до 92,7 % – в 2016 р. частка вдосконаленої продукції знизилася з 15 до 7,3%.

У структурі відвантаженої інноваційної продукції України в 2006-2016 рр. найбільша питома вага припадала на частку значно зміненої і знову впровадженої продукції. Істотне підвищення питомої ваги інноваційної продукції в загальному обсязі відвантаженої продукції було викликано високими темпами впровадження у виробництво нової техніки і технології, припиненням виробництва іншої продукції, на частку якої в 2006 р. припадало 60,8% від загального обсягу відвантаженої продукції [5].

В ході дослідження нами визначена структура витрат на технологічні інновації в економіці України. Так, витрати на технологічні інновації поділяються на такі основні напрямки:

- витрати на дослідження, розробку нових продуктів, послуг і методів їх виробництва (передачі), нових виробничих процесів;
- витрати на придбання машин і обладнання, пов'язаного з технологічними інноваціями, на нові технології;
- витрати на навчання і підготовку персоналу, пов'язаного з інноваціями;
- інші витрати (витрати на підготовку виробництва для випуску нових продуктів, для впровадження нових послуг або методів їх виробництва (передачі), маркетингові дослідження).

Вироблені автором розрахунки показали, що в Україні в період 2006–2016 рр. витрати на технологічні інновації зросли в 11,3 рази, в тому числі:

- витрати на дослідження, розробку, дизайн нових продуктів, послуг і методів їх виробництва (передачі), нових виробничих процесів – в 7,8 разів;
- витрати на придбання нових технологій, машин і обладнання, програмних засобів, пов'язаних з технологічними інноваціями, – в 10,6 разів;
- витрати на навчання і підготовку персоналу, пов'язані з інноваціями, – в 4,2 рази;
- інші витрати – в 19 разів.

В даний період в структурному відношенні найбільша питома вага витрат (в різні роки від 45% до 76%) припадала на придбання машин, обладнання і технологій. На розробку власних інновацій коштів витрачалося значно менше. Це було обумовлено тим, що інноваційні підприємства і організації республіки впроваджують в основному інновації, створені в інших регіонах і країнах. Так, в 2013 р. витрати на власні розробки значно зросли і склали 44,8% від загального обсягу витрат. Надалі цей вид витрат скоротився в абсолютному вираженні більш ніж в 2 рази, склавши в 2016 р. лише 18,7% від загального обсягу витрат на інновації.

Слід зазначити, що для промисловості України характерним є переважання виробництва засобів виробництва над виробництвом предметів споживання. Переважне положення в структурі промислового виробництва займають фондомісткі сфери, трудомісткі сектори розвинені недостатньо. Слабкий розвиток в них трудомістких сфер промисловості (машинобудування і металообробки, легкої, харчової, деревообробної промисловості) викликає недостачу робочих місць, триваючий відтік працездатного населення на сторону, погіршення демографічної ситуації, неефективне використання трудового потенціалу [7].

Інноваційно-технологічна модернізація економіки регіонів здійснюється низькими темпами, що пов'язано з труднощами у формуванні різних форм власності і господарювання на основі приватизації державної власності, в акціонуванні підприємств, створенні багатоукладної

ринкової економіки. Все це зумовило різкий спад виробництва, порушення економічних і господарських зв'язків в реальному секторі економіки. Серед факторів, що зумовили спад виробництва і погіршення економічних параметрів, слід виділити високі показники зносу основних виробничих фондів, зменшення якісних природних ресурсів, недосконалість структури виробництва, низьку питому вагу продукції кінцевої стадії її переробки, слабку конкурентоспроможність продукції, недостатню підприємницьку активність населення [1].

Сформовані територіальні внутрішньо- і міжгалузеві диспропорції істотно знижують ефективність функціонування економіки регіонів, перешкоджають її прогресивній стабілізації і сталому зростанню. Сировинні види економічної діяльності виробляють продукцію в сукупності більш «дешеву», ніж сектори обробної промисловості, з метою отримання кінцевого продукту. Переважно сировинна спрямованість господарства у відстаючих і депресивних регіонах прирікає їх економіку на нестійке функціонування з несприятливими наслідками для фінансового становища підприємств і забезпеченості їх бюджетними коштами.

Інноваційно-технологічна модернізація економіки регіонів обумовлюється необхідністю забезпечення прискорених темпів їх соціально-економічного розвитку. Основні передумови інноваційної і технологічної модернізації економіки регіонів зводяться до чіткого позначення регіональних пріоритетів з урахуванням розширення їх економічної самостійності, до конкретного формулювання цілей і завдань інноваційно-технологічної модернізації промислового виробництва [6].

В якості основних завдань інноваційної модернізації економіки регіонів України визначимо:

- перепрофілювання підприємств, продукція яких не знаходить реалізації;
- створення нових конкурентоспроможних виробництв;
- зміцнення виробничих зв'язків підприємств;
- підвищення якості та здешевлення продукції підприємств;
- поліпшення екологічної ситуації.

Мають бути вироблені якісно нові механізми забезпечення прискореного економічного, соціального та культурного розвитку регіонів. Необхідно створити такі структури економіки, які сприяли б розвитку всіх форм власності та господарювання, досягненню соціальної переорієнтації економіки, більш повному та ефективному використанню виробничого, науково-технічного, трудового, природного потенціалу регіону.

У забезпеченні сталого соціально-економічного розвитку України та її регіонів, велике значення має модернізація галузевої і територіальної структури економіки на основі більш повного і ефективного використання виробничого, трудового, природно-ресурсного і науково-технічного потенціалу. Ефективні структурні зрушення в економіці регіонів, усунення сформованих галузевих і територіальних диспропорцій, подолання сировинної і напівпродуктової спрямованості промисловості, обмеження і регулювання монополізму в окремих сферах діяльності, забезпечення високих темпів впровадження досягнень науки і техніки, прискорений розвиток секторів промисловості, що виробляють конкурентоздатну кінцеву продукцію, є пріоритетними напрямками інноваційного розвитку регіонів [4].

Найважливішими керуючими параметрами сталого розвитку економіки регіонів на основі інноваційно-технологічної модернізації визначимо:

- забезпечення стабільного розвитку основних сфер економіки регіону;
- перехід від глибокого спаду до стійкого зростання виробництва у сферах життєзабезпечення на основі більшої збалансованості з потребами населення та внутрішнього ринку;
- подолання глибоких деформацій в галузевій і територіальній структурі промисловості регіонів, всебічне підвищення частки галузей і виробництв, що випускають конкурентоспроможну продукцію на базі прогресивної техніки і технології з урахуванням потреб економіки і населення регіонів, збільшених вимог внутрішнього і зовнішнього ринків;
- здійснення пріоритету інноваційно-технологічної модернізації галузей промисловості, що забезпечують науково-технічний прогрес, розвиток конверсії підприємств військово-промислового комплексу з урахуванням необхідності створення таких видів промислових виробництв, які підвищують місце і роль кожного регіону в Єдиному економічному просторі України і реально сприяють економічному зростанню;
- формування в регіонах галузевих і міжгалузевих виробничих комплексів як складових частин народногосподарських галузевих і міжгалузевих комплексів країни;
- модернізація структури агропромислових утворень у сільських районах з урахуванням ефективного використання місцевого природно-економічного потенціалу, оптимізації співвідношення в рівні і темпах зростання сільськогосподарського виробництва і переробної промисловості, створення виробничої, соціальної, ринкової інфраструктури тощо;
- розвиток міст і сільських районів як єдиної регіональної соціально-економічної підсистеми шляхом поглиблення процесу інтеграції між містами і районами у вирішенні спільних виробничих, соціальних, екологічних, адміністративних та інших завдань на основі створення для міст і районів загального призначення підприємств, перероблюючих місцеву мінерально-будівельну, лісову, сільськогосподарську та іншу сировину;
- організація спільної будівельної бази, транспортного господарства, об'єктів соціальної та ринкової інфраструктури, мережі освітніх, навчально-оздоровчих, культурних та інших закладів, до послуг яких звертається як міське, так і сільське населення.

В даний час одним з найбільш складних і болючих для регіонів України питань є: чи можливо поєднати політику жорстких фінансових обмежень з політикою здійснення інноваційної модернізації економіки, що вимагає кредитів та інвестиційної активності? до того ж структурна модернізація економіки регіонів має здійснюватися в умовах інституційних перетворень в економіці регіонів [5].

В даному випадку джерелом державного фінансування виробництва поряд з традиційними бюджетними каналами повинні служити позабюджетні фонди розвитку, а також доходи від приватизації. При цьому допомога повинна надаватися через регіональні органи влади. Саме регіональні органи влади покликані вирішувати проблеми розвитку виробничої та соціальної інфраструктури, працевлаштування вивільнюваних працівників, акціонування підприємств та випуску в обіг акцій. Державна підтримка конкурентоспроможних підприємств повинна здійснюватися шляхом відстрочки платежів за кредитами, надання гарантій за новими кредитами та покриття відсотків за рахунок бюджету.

Важливим напрямком інноваційно-технологічної модернізації економіки регіонів є стимулювання приватних та іноземних інвестицій у виробництво через

механізми ринку капіталу. У більшості країн банки поки залишаються в основному державними, що послаблює їх ринкову мотивацію. Всі вони обслуговують в основному великі підприємства. Розвиток фінансово-промислових груп не користується офіційною підтримкою. Податкові пільги повинні стимулювати модернізацію виробництва на підприємствах усіх сфер економіки. У зв'язку з цим доцільно ввести загальну податкову пільгу, що сприяє модернізації економіки регіонів. Це може бути, наприклад, знижка в оподаткуванні податками частини коштів, що спрямовуються на придбання обладнання виробничого призначення. Пільги повинні стосуватися насамперед інвестицій у виробниче обладнання, а не інвестицій взагалі, оскільки в умовах ринку цінних паперів, що формується, у промислових підприємств може з'явитися зацікавленість у біржових спекуляціях. Крім прямого позитивного впливу на розвиток підприємств галузі цей захід може чинити непрямий вплив: підвищити загальний попит на вироблену продукцію (за умови введення заходу на території всієї країни) [9].

Інша податкова пільга (можливо, вона носитиме тимчасовий характер) повинна стимулювати підприємства до підвищення кваліфікації кадрів. В умовах модернізації виробництва виникає потреба в більш кваліфікованих кадрах. необхідно стимулювати цей процес безпосередньо на підприємствах. З цією метою слід звільняти від податків кошти, що спрямовуються на підготовку і перепідготовку кадрів для підприємств, які здійснюють модернізацію виробництва в стимульованих напрямках.

Зміни в амортизаційній політиці є одним з можливих джерел додаткових капітальних вкладень у найбільш перспективні сектори промисловості. У таких прогресивних сферах, як виробництво електронного обладнання, промисловості напівпровідникових приладів та інших, як правило, обладнання застаріває задовго до його фізичного зносу. Нові технології з'являються досить швидко і змушують робити заміну обладнання зазвичай раз на два роки. Цей економічно раціональний термін служби обладнання є набагато коротшим терміну служби, закладеного в діючих нормах амортизації і базується на фізичному зносі. У зв'язку з цим слід передбачити особливий порядок амортизаційних відрахувань для найбільш прогресивних секторів промисловості. Першим заходом у цій галузі слід вважати зниження нормативних термінів служби для окремих (пріоритетних) секторів промисловості. Так, для машинобудування і металообробки, за деякими розрахунками, доцільно було б встановити орієнтовні нормативні терміни служби основного капіталу в 10–12 років [3].

Державні органи покликані активно підтримувати приватне підприємництво. Це може виражатися в створенні численних фондів підтримки зі змішаним (державним і приватним) капіталом, в надійному правовому захисті, в забезпеченні замовленнями, особливо з боку місцевих органів влади. Приватні підприємці повинні отримувати державні гарантії за кредитами в рамках галузевих і регіональних програм. Підприємцям доцільно передбачити прискорену амортизацію капіталу, а та частина прибутку, яка інвестується в розширення підприємства, повинна звільнятися від оподаткування.

Висновки. В умовах високих темпів інтеграції внутрішніх і зовнішніх ринків, руху капіталів і прискорення інвестиційних потоків сталий економічний і соціальний розвиток регіонів України передбачає динамічний, взаємопов'язаний і збалансований розвиток в регіонах сфер матеріального виробництва і виробничої інфраструктури, зростання чисельності населення і розвиток соціальної сфери. Ефективне функціонування регіональних соціально-економічних підсистем, підвищення рівня і якості життя населення на основі більш повного і ефективного приведення в дію виробничого, людського, природного, науково-технічного потенціалу регіонів, досягнення в них високих темпів економічного зростання може бути реалізовано тільки при забезпеченні інноваційного розвитку регіонів, основу якого становить інноваційно-технологічна модернізація економіки. У свою чергу вона являє собою удосконалення і оновлення економіки на основі впровадження новітніх науково-технічних досягнень і прогресивних технологій, здійснення ефективних структурних зрушень та інституційних перетворень, спрямованих на економічне зростання і підвищення конкурентоспроможності економіки регіону в міжрегіональному і міжнародному поділі праці.

Ефективні структурні зрушення в економіці регіонів, усунення сформованих галузевих і територіальних диспропорцій, подолання сировинної і напівпродуктової спрямованості промисловості, обмеження і регулювання монополізму в окремих сферах діяльності, забезпечення високих темпів впровадження досягнень науки і техніки, прискорений розвиток секторів промисловості, що виробляють конкурентоздатну кінцеву продукцію, є пріоритетними напрямками інноваційного розвитку регіонів.

Список використаних джерел:

1. Гершкович Б. Я. Необходимость смягчения асимметрии экономического и социального развития Юга России. *Экономика развития региона: проблемы, поиски, перспективы.* Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2002. 123 с.
2. Матвієнко Р. О. Управління регіональним розвитком в умовах перехідної економіки України : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка». Київ, 2005. 20 с.
3. Мокій А. І. Структурні реформи та інституційні зміни у транзитивних економіках – передумова економічного розвитку. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна.* Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2005. Вип. 18. Ч. 1. С. 35–44.
4. Притула Х. М. Стабілізаційні механізми розвитку економіки регіону : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка». Львів, 2004. 21 с.
5. Петрина М. Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України. *Економіка України.* 2016. № 48. С. 35–47.
6. Романюк І. А. Державна соціальна політика в забезпеченні продуктивної зайнятості сільського населення. *Економіка АПК*. 2014. № 10. С. 105–109.
7. Traxler H., Luger M. Business and the Internet: implications for firm consequences of IT for location and clustering. *Comparative Journal of Policy Analysis.* 2000. No. ¹ 2(3). PP. 279–300.
8. Huntington S. The Change to Change. Comparative Politics in the Post Behavioral era. 1-st edition / Ed. By A. Ziegler, Louis J. Cantori. Colorado : Lynne Rienner Publishers Inc, 1988. 426 p.

9. Glasmeier A. K. Economic Geography in Practice: Local Economic Development Policy. *The Oxford Handbook of Economic Geography.* Oxford University Press. 2000. 451 p.
10. Tonn Bruce E. Recearch Society: Sciency and Technology for the Ages. *Futures.* 2004. Vol. 36. № 3. PP. 335–346.

Summary. The article examines the theoretical and practical aspects of the problems and prospects of innovative and technological modernization of the regional economy in the realities of Modern Ukraine. Priority directions of economic development of Ukraine as a whole and its regions at the present stage are identified. The main prerequisites that determine the need for structural and technological modernization of the economy for sustainable regional development are substantiated. In the course of the study, the structure of expenditures on technological innovations in the Ukrainian economy and their main directions were determined. The most important control parameters of sustainable development of the regional economy based on innovative and technological modernization are highlighted. The main tasks of innovative modernization of the economy of the regions of Ukraine are defined. It is proved that the reform of the economy of the regions of Ukraine that have different starting levels of economic and social development leads to passive adaptation of the territorial and production structure of the economy of the regions to the needs of the world market, and in a stable socio-economic situation there are regions that have a high level of development and an effective industrial structure. It is noted that innovative and technological modernization of the regional economy is conditioned by the need to ensure an accelerated pace of their socio-economic development, and the main prerequisites for innovative and technological modernization of the regional economy are reduced to a clear designation of regional priorities, taking into account the expansion of their economic independence, to a specific formulation of goals and objectives of innovative and technological modernization of industrial production. It is proved that an important direction of innovative and technological modernization of the regional economy is to stimulate private and foreign investment in production through the mechanisms of the capital market. It is indicated that tax incentives should encourage the modernization of production at enterprises in all sectors of the economy.

Key words: innovation and technological modernization, scientific and technical development, regional economy, innovation infrastructure, economic regulation, clustering, taxation, state incentives.

Наукове періодичне видання

НАУКОВИЙ ВІСНИК УЖГОРОДСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

Випуск 15

Частина 1

Коректура • *авторська*

Комп'ютерна верстка • *Барсук Ю. В.*

Формат 64х90/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 23,02.
Підписано до друку 29.09.2017 р. Замов. № 2909/17. Наклад 100 прим.

Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.