



ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК ' 2015 (12)

p-ISSN 2307-5651
e-ISSN 2412-5296

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

ECONOMIC BULLETIN OF NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY OF
UKRAINE "KYIV POLYTECHNICAL INSTITUTE"

Щорічне видання

Започатковано у 2004 році

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

У номері:

Економічна теорія

Маркетинг

Економічні проблеми сталого
розвитку національної економіки

Інноваційно-інвестиційні процеси

Міжнародна економіка

Технології як фактор економічного
зростання

Галузева економіка

Економіка підприємства

Економіко-математичне моделювання
бізнесових процесів

Менеджмент організації

*Збірник представлено в міжнародних наукометричних та інформаційних базах: РИНЦ (з 2004 р.),
Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (з 2008 р.), ELAKPI (Електронний архів
наукових та освітніх матеріалів НТУУ «КПІ», з 2008 р.). Видання індексується Google Scholar,
Bielefeld Academic Search Engine (BASE, з 2015 р.)*

Засновник – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

Свідоцтво про державну реєстрацію – серія КВ № 8578, видане 24 березня 2004 року

Адреса редакції: м. Київ, просп. Перемоги, 37, корпус 1, кімната 237

Збірник наукових праць включено до переліку фахових видань України (Постанови ВАК України за № 2-05/1
від 19 січня 2006 р. та № 1-05/4 від 26 травня 2010 р., Наказ МОН України № 528 від 12.05.2015)

Web-сайти збірника: www.econotyu.kpi.ua (2007-2014 pp.) та <http://ev.fmm.kpi.ua> (з 2015 р.)

Рекомендовано Вченою радою НТУУ «КПІ», протокол № 4 від 12.05.2015 р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ ЗБІРНИКА

Голова редколегії, головний редактор:	Гавриш О.А. , професор, доктор техн. наук, декан факультету менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України “КПІ”
Заступник голови редколегії	Стеченко Д. М. , професор, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ “КПІ”
Члени редколегії:	<p>Scott F. Meadow, Academic Director of Global Initiatives, Professor of Entrepreneurship, University of Chicago, Booth School of Business, США</p> <p>Базилевич В. Д., професор, доктор економ. наук, декан економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка</p> <p>Баюра Д.О., доцент, доктор економ. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки КНУ ім. Тараса Шевченка</p> <p>Брич В.Я., професор, доктор економ. наук, проректор з науково-педагогічної роботи Тернопільського національного економічного університету</p> <p>Войтко С.В., професор, доктор економ. наук, зав. кафедри міжнародної економіки НТУУ “КПІ”</p> <p>Герасимчук В.Г., професор, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ “КПІ”</p> <p>Дергачова В.В., професор, доктор економ. наук, завідувач кафедри менеджменту НТУУ “КПІ”</p> <p>Довгань Л.С., професор, канд. економ. наук, професор кафедри менеджменту НТУУ “КПІ”</p> <p>Капустян В.О., професор, доктор фіз.-мат. наук, зав. кафедри математичного моделювання економічних систем НТУУ “КПІ”</p> <p>Козаченко С.В., професор, доктор економ. наук, директор Міжнародного центру розвитку підприємництва та менеджменту при Міжнародному науково-технічному університеті</p> <p>Крейдич І.М., професор, доктор економ. наук, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки НТУУ “КПІ”</p> <p>Круш П.В., професор, канд. економ. наук, зав. кафедри економіки та підприємництва НТУУ “КПІ”</p> <p>Кузьмін О.С., доктор економ. наук, професор, директор навчально-наукового інституту економіки і менеджменту Національного університету “Львівська політехніка”</p> <p>Любодраг Тановіч, професор, доктор наук, Белградський університет, Сербія</p> <p>Марченко В.М., професор, доктор економ. наук, професор кафедри економіки і підприємництва НТУУ „КПІ”</p> <p>Охріменко О.О., професор, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ “КПІ”</p> <p>Онищенко А.М., доцент, доктор економ. наук, професор кафедри економіки і підприємництва НТУУ „КПІ”</p> <p>Сігайов А.О., професор, доктор економ. наук, професор кафедри економіки і підприємництва НТУУ „КПІ”</p> <p>Смолін І.В., професор, доктор економ. наук, професор кафедри стратегії підприємств, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана</p> <p>Смоляр Л.Г., професор, канд. економ. наук, ректор Міжнародного університету фінансів</p> <p>Солнцев С.О., професор, доктор фіз.-мат. наук, зав. кафедри промислового маркетингу НТУУ “КПІ”</p> <p>Темічев А.М., професор, доктор економ. наук, декан факультету маркетингу, менеджменту, підприємництва Білоруського національного технічного університету, Білорусь</p> <p>Телстов О.С., професор, доктор економ. наук, професор кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету.</p> <p>Федорченко А.В., професор, доктор економ. наук, професор кафедри маркетингу, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана</p> <p>Шульгіна Л.М., професор, доктор економ. наук, професор кафедри менеджменту НТУУ „КПІ”</p> <p>Яловий Г.К., професор, доктор економ. наук, зав. кафедри теоретичної та прикладної економіки НТУУ “КПІ”</p>
Відповідальний редактор:	Зозульов О.В. , доцент, канд. економ. наук, заступник декана ФММ НТУУ “КПІ” з наукової роботи, професор кафедри промислового маркетингу
Технічний секретар	Ренська-Скребньова Н.Ю.

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 330.34:339.924

Гурова В.О.

канд. економ.наук, доцент

Донецкий национальный университет (г. Винница)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНИХ МІЖСИСТЕМНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ПОРЯДКУ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГЛОБАЛЬНЫХ МЕЖСИСТЕМНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ПОРЯДКА

THEORETICAL ASPECTS OF GLOBAL INTERSYSTEM TRANSFORMATION OF POSTSNDUSTRIAL ODER

У роботі представлено аналіз теоретичних поглядів представників різних течій економічної теорії на категорію «трансформація»; підкреслено, що глобальні трансформації є об'єктом міждисциплінарних досліджень: як етап всесвітньої історії, як сегмент міжнародної політики, як предмет соціології та соціальної теорії; зроблено акцент на визначенні джерел та об'єктів трансформації економічної системи, з точки зору інформаційної та науково-технологічної складової; при розгляді трансформацій різних економічних і соціальних систем в різних циклах їх динаміки, проведено аналіз типології трансформацій, що дозволило виділити міжсистемні і внутрішньосистемні трансформації; зроблено висновок, що теорії міжсистемних трансформацій економічних систем логічно взаємопов'язані з концепціями постіндустріального, постекономічного, постринкового суспільства і є взаємодоповнюючими, оскільки постідустріальні трансформації впливають на різноманітнісфери діяльності економічних суб'єктів (технологічну, соціальну, політичну, культурну, фінансову та ін.).

Ключові слова: трансформаційний процес, міжсистемні і внутрішньосистемні трансформації, постіндустріальні трансформації.

В работе представлен анализ теоретических взглядов представителей различных течений экономической теории на категорию «трансформация»; подчеркнута, что глобальные трансформации являются объектом междисциплинарный исследований: в качестве этапа всемирной истории, как сегмент международной политики, как предмет социологии и социальной теории; сделан акцент на определении источников и объектов трансформации экономической системы, с точки зрения информационной и научно-технологической составляющей; при рассмотрении трансформаций различных экономических и социальных систем в различных циклах их динамики, проведен анализ типологии трансформаций, что позволило выделить межсистемные и внутрисистемные трансформации; сделан вывод, что теории межсистемных трансформаций экономических систем логически взаимосвязаны с концепциями постиндустриального, постэкономического, пострыночного общества и являются взаимодополняющими, поскольку постидустриальные трансформации затрагивают различные сферы деятельности экономических субъектов (технологическую, социальную, политическую, культурную, финансовую и проч.).

Ключевые слова: трансформационный процесс, межсистемные и внутрисистемные трансформации, постиндустриальные трансформации.

The paper presents an analysis of the theoretical views of representatives of the various currents of economic theory on the category of «transformation»; was stressed that the global transformation are the subject of interdisciplinary research: as a stage of world history, as a segment of international politics, as the subject of sociology and social theory; emphasis was made on the identification of sources and objects of the economic system's transformation, in terms of information and scientific and technological content; considering the different economic and social systems' transformations in the various cycles of their dynamics typology of transformations was analyzed, which allowed to highlight interconnections and intra-system transformation; concluded that the theory of intersystem transformation of economic systems are logically linked to the of post-industrial, post-economic, postmarket concepts, since postindustrial transformation affecting different areas of economic subjects' activity (technological, social, political, cultural, financial, and others).

Keywords: transformation process, intersystem and intra-system transformation, post-industrial transformation.

Введение. Современный мир переживает сложный период радикальных трансформаций, неоднозначных по своим последствиям, затрагивающих основы экономических систем различного уровня, проявляющихся в снижении их системной устойчивости и сопровождающихся кризисными явлениями. Обострение противоречий, хаотичность экономической динамики и нарастание волны глобальных кризисов на рубеже тысячелетий обусловлены закатом индустриальноэкономического строя в наиболее развитых странах, исчерпанием имеющегося потенциала роста, неспособностью юнайти адекватные ответы на вызовы нового века, новой эпохи и осуществить переход к развитию на качественно новой основе.

Феномен глобальных трансформаций, их резонансный характер и возможные риски в течение последних десятилетий привлекают внимание исследователей различных направлений: философов, социологов, экономистов, экспертов, изучающих международные отношения, политологов, культурологов, антропологов и представителей многих других дисциплин.

Так, глобальные трансформации рассматриваются с разных позиций: как этап всемирной истории, как сегмент международной политики, как предмет социологии и социальной теории. Сформировалось специализированное направление глобальных исследований, а устойчивый интерес к теме глобальных трансформаций обеспечивается усилиями известных учёных. Проблематика трансформации экономических систем основывается на вопросах общей экономической теории. Проблемы формирования, развития, смены экономических систем исследовались в работах многих ученых на протяжении длительного периода времени. Особенно острый интерес к проблеме трансформации экономических систем возник в последнее время в связи с усилением взаимосвязи национальных экономик, ускорением интеграции их в мировую экономику, увеличением числа факторов воздействия на процесс функционирования экономической системы и ее изменения.

Проблемы трансформации развитых экономических систем нашли отражение в концепции постиндустриального общества Д. Белла, нового индустриального общества Дж. Гэлбрейта, информационного общества И. Масуди и Ф. Махлупа, технотронного общества З. Бжезинского, электронного общества М. Маклюэна, программируемого капитализма М. Естербрукса, электронно-цифрового общества Д. Тапскотта, программированного общества А. Турена, информационного, сетевого общества М. Кастельса и др.

Постановка задания. Целью данного исследования является анализ теоретических взглядов на экономическую категорию «трансформация» и анализ теоретико-методологических основ межсистемных трансформаций в условиях постиндустриальных изменений.

Результаты исследования. Источником современного понимания трансформации экономической системы можно считать исследования К. Маркса о производственных отношениях капиталистического общества и воздействия на их развитие кооперации, мануфактуры, фабрики и процессов обобществления производства. Также большой интерес для исследования трансформации экономической системы имеют идеи смешанной экономики .А. Вагнер (социально-правовая школа) В. Зомбарт (новая историческая школа) обосновали положение о сочетании различных (частного и государственного) секторов экономики, разных форм собственности. Эти идеи получили развитие в направлениях институционализма, теориях не- и посткейнсианства, неоклассическом синтезе, разнообразных социал-реформистских теориях.

Среди школ и течений экономической теории, наибольший вклад в определение источников объектов трансформации экономической системы, с точки зрения информационной и научно-технологической составляющей, внесли труды Д. Белла, С. Глазьева, Э. Денисона, П. Друкера,

Д. Кендрика, С. Кузнеця, Р. Солоу, Дж. Стиглица, Я. Тинбергена, Э. Тоффлера, Ф. Хайека, Й. Шумпетера и другие ученые.

Э. Тоффлер [8], используя понятие «глобальная трансформация общества», под трансформацией понимает значительные качественные изменения в развитии общества, причем каждое изменение является не продолжением развития общества в заданном направлении, а его радикальным преобразованием. Следовательно, процесс трансформации необходимо характеризовать с точки зрения радикальности или глубины качественных изменений экономической системы.

В общем смысле, трансформация - преобразование, видоизменение. В общественных науках это понятие получило значительное распространение в последние десятилетия и используется для характеристики новейших процессов, связанных с структурными изменениями экономических систем. Трансформация трактовалась как процесс преодоления существенных элементов старого порядка и формирования нового качественного состояния экономической системы [4].

При анализе литературных источников приходим к выводу, что в настоящее время понятие «трансформация» толкуется достаточно широко и применяется ко всем типам существенных изменений основных структур и систем. При этом среди зарубежных и отечественных ученых нет единства в понимании сущности трансформации экономических систем. В самой общей трактовке этот процесс выражается как изменение, преобразование вида, формы, существенных свойств того или иного объекта, видоизменение социальных институтов и структур, что порой сопровождается их коренным обновлением.

Философский словарь определяет трансформацию как взаимно стимулирующие изменения моделей социального действия, с одной стороны, и функционирования социальных институтов, связанного с умышленным, целенаправленным воздействием номинальных установок (формальных норм, процедур или правил) - с другой.

Украинская исследовательница Н. Гражевская трактует это понятие с разных точек зрения: трансформация в широком смысле - всеобщая форма развития экономических систем, связанная с их эволюционными и революционными преобразованиями, постоянными переходами от устойчивого к неустойчивому состоянию и наоборот; трансформация в узком смысле - внутренняя составляющая эволюционного процесса, связанная с нарушением равновесия и постепенности на пути обновления системы в ходе скачкообразных качественных преобразований [3].

Известный российский экономист Т. Заславская предоставляет такое определение этого экономического явления. Трансформационный процесс - постепенное, относительно мирное, но вместе с тем глубокое и относительно быстрое преобразование социальной природы общества, которое обусловлено прежде всего не внешними факторами, а внутренними потребностями системы [6].

Российские ученые Б. Кузык и Ю. Яковец рассматривают трансформацию в контексте ее эволюционного развития как объективный процесс, суть которого заключается в необходимых конкретно-исторических преобразованиях (зависимых не только от экономического сознания, когда деятельность человека подчиняется оценке экономических критериев). Проявление субъективного состоит в реализации объективного процесса хозяйствующими субъектами на основании правил, норм, базирующихся на национальных традициях и на основе общественных и индивидуальных оценок этого процесса. Трансформация социально-экономической системы, рассматриваемая в контексте ее революционного развития, - это не только объективный, но и субъективно-волевой процесс, отличающийся особой значимостью выбора концепции и модели развития, осознанностью, необходимостью выбора и принятия решения [7].

Экономисты ордолиберальной школы понятие «трансформация» трактуют в рамках исследования хозяйственных порядков. Изменения, которые испытывает экономическая система, они оценивают с точки зрения изменения ее структуры. Однако одни из них под трансформацией понимают коренное преобразование экономической системы в результате изменений ее структуры, порядка системы (эндогенная трансформация) или сознательных действий людей (экзогенная трансформация) [2], другие считают достаточным любую замену даже отдельных составляющих, которые конструируют порядок, на другие составляющие, благодаря которым старый порядок (или его отдельная сфера) заменяется новым [1].

Глубина и продолжительность трансформации не одинаковы для различных экономических и социальных систем и для различных циклов их динамики. Одни трансформации краткосрочные и проходят сравнительно легко и безболезненно; другие имеют более радикальный характер и требуют серьезных изменений в структуре, содержании и формах экономических и социальных отношений; третьи, наиболее глубокие, болезненные и длительные, могут протекать десятилетиями

и даже веками и приводят к наиболее существенным изменениям в структуре общества при изменении сверхдолгосрочных, вековых циклов. Соответственно, можно предложить классификацию трансформации по различным признакам.

По сфере действия:

- общесистемные (в структуре цивилизаций, социодемографические);
- в структуре и динамике: (энерго-экологические, технологические, экономические, геополитические, социокультурные).

По сфере распространения:

- точечные (в рамках отдельного коллектива, предприятия);
- локальные (в пределах отдельной местности);
- региональные (в пределах отдельного региона страны);
- национальные (в рамках национальной экономики страны);
- межстрановые (между группой взаимосвязанных стран или локальных цивилизаций);
- глобальные (охватывающие все мировое пространство).

По глубине и продолжительности:

- краткосрочные, текущие;
- среднесрочные (при изменении среднесрочных циклов);
- долгосрочные (при изменении циклов Н. Кондратьева);
- более долгосрочные (при изменении столетних цивилизационных циклов);
- глубокие (при изменении тысячелетних, суперисторических циклов) [9].

В дополнение к вышепредложенной классификации, также выделяют системные и межсистемные трансформации. Системные трансформации возникают из-за неспособности целого адекватно реагировать на воздействия внешней среды за счет значительной неоднородности воспроизводственных звеньев и снижения адаптивных свойств. Такие трансформации, прежде чем образуется новая система с качественно другими свойствами, обязательно проходят через порог неустойчивости, неопределенности предыдущей системы. Системные трансформации ряд авторов называют макро-трансформациями (трансформациями в масштабах всей системы).

Межсистемные (надсистемные, глобальные) трансформации означают кардинальные изменения в мирохозяйственных процессах вследствие действия определенных факторов, например, мирового финансового кризиса и тому подобное. Надсистемные трансформации трактуют как проходящие за пределами отдельной экономической системы. Тесно переплетаясь, системные и межсистемные (глобальные) трансформации принципиально по-разному влияют на развитие конкретных стран [6].

В рамках анализа теоретических взглядов, посвященных проблемам трансформации развитых рыночных систем, был исследован вопрос соотношения внутри системных и межсистемных трансформаций. Проблема социально-экономических преобразований развитых стран рассматривается в экономической литературе достаточно противоречиво: исследованиям, подтверждающим существенные качественные изменения свойств и характеристик рыночной капиталистической системы, противостоят не менее объективные и обоснованные исследования, авторы которых принципиально отрицают характер указанных трансформаций.

Сторонники концепций межсистемных трансформаций развитых экономических систем основываются на гипотезах о способах, путях и формах возникновения постиндустриального, постэкономического, пострыночного общества. По мнению российской исследовательницы Г.Ивлевой, указанные научные разработки активизировались в 70-80-е годы XX ст. и сейчас получили широкое распространение в экономической мысли, засвидетельствовав некоторые качественные изменения в современных рыночных системах [5]. Так, например, Э. Тоффлер в труде «Метаморфозы власти. Знание, богатство и сила на пороге XXI века» (1990) пишет о перспективе преодоления рыночных отношений и становления «трансрыночной» постэкономической цивилизации. Определение новой эпохи как теряющей рыночные признаки, приведены в труде П. Друкера «Посткапиталистическое общество» (1995). Такой же позиции придерживается Д. Белл, автор классического труда «Грядущее постиндустриальное общество» (1995). Российский ученый В. Иноземцев в труде «За пределами экономического общества» (1998) обосновывает перспективу становления «постэкономической цивилизации» и т.д.

Сторонники концепции внутрисистемных трансформаций развитых рыночных экономик трактуют указанные преобразования как естественно-эволюционные изменения экономической системы, обусловленные логикой ее развития и направлены на преодоление внутренних ограничений. По их мнению, указанные изменения образуются путем сложного процесса наслоения

новых социально-экономических отношений на уже существующие и способствуют обогащению природы системы, не меняя логики и цели ее развития. При этом считается, что продолжительность таких социально-экономических трансформаций, сосуществование и интеграция новых и старых форм позволяют четко очертить качественные преобразования лишь после их конечной реализации [3].

На наш взгляд, на современном этапе развития мирохозяйственных связей, мы являемся свидетелями трансформаций постиндустриального порядка. Несомненным является тот факт, что данные трансформации являются межсистемными, поскольку охватывают различные сферы деятельности человека – технологическую, социальную, политическую, культурную, финансовую и др.. Глобальные постиндустриальные трансформации современности предположительно найдут свое отражение в следующем: производственные изменения (реконструкция сетей разработчиков технологий, провайдеров и пользователей, а также их взаимосвязь с соответствующими поставщиками финансовых услуг); социальные изменения (изменения в социальной среде могут создавать спрос на инновации, а могут препятствовать распространению новых технологий); технологические изменения (систематическое взаимодействие технологий требует их взаимосоответствия, которое приобретает главенствующее значение для обеспечения возрастающей отдачи от масштаба производства).

Литература:

1. Bohnet Armin, Ohly Claudia. Zum gegenwertigen Stand der Transformationstheorie / A. Bohnet, C. Ohly // Zeitschrift fur Wirtschaftspolitik. – 1992. – №41. – p. 27–49.
2. Анализ экономических систем: основные понятия теории хозяйственного порядка и политической экономики/ [Т. Вэльш, Х.-Г. Крюссельберг, Г. Ляйпольд и др.]; под ред. А. Шюллера и Х.-Г. Крюссельберга. – 6-е изд., доп. и испр. – М.: Экономика, 2006. – 346 с.
3. Гражевська Н.І. Економічні системи епохи глобальних змін: Монографія: - К. : Знання, 2008. – 431 с.
4. Закономерности и перспективы трансформации общества: Материалы к V Междунар. Кондратьевской конф.: В 3 т. / Под ред. Ю.В. Яковца. – М.: МФК, 2004
5. Ивлева Г. Трансформация экономической системы: обзор концепций и контуры общей теории // Общество и экономика. – 2003. – № 10. – С. 7–40
6. Кирилюк Є. М. Понятійний апарат досліджень трансформації економічних систем / Є. М. Кирилюк // Економіка та підприємництво: зб. наук. праць молодих учених та аспірантів / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; відп. ред. С. І. Дем'яненко. – 2011. – Вип. 26. – С.14–25.
7. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Цивилизация: теория, история, диалог, будущее. Т.1. – М: Институт экономических стратегий, 2006.
8. Тоффлер Е. ТретьяХвиля/ ЕлвінТоффлер; пер. з англ. А. Євса; ред. пер. Шовкун. – К.: Вид. дім«Всесвіт», 2000. – 475 с.
9. Яковец Ю. В. Глобальные экономические трансформации XXI века / Ю. В. Яковец. – М.: Экономика, 2011. – 382 с.

Мілай А.О.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД К ДОСЛІДЖЕННЮ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИРОДИ ФІРМИ

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИССЛЕДОВАНИЮ ЕКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИРОДЫ ФИРМЫ

METHODOLOGICAL APPROACHES TO INVESTIGATING ECONOMIC NATURE OF THE FIRM

Стаття охоплює теоретико-методологічні аспекти становлення і розвитку фірми. Досліджуються умови при яких, в певний історичний період з'являється фірма, як система капіталістичного виробництва, яка базується на технологічному розподілі праці. В дослідженні послідовно доводиться думка, що створення фірми в історії розвитку людства є скоріше випадкове явище ніж закономірне. Її поява є результатом унікального збігу двох дуже рідкісних в ринковій економіці обставин які склались в Англії в середині XVIIIст. По перше, це формування довготривалої, декілька десятків років, хвилі підвищеного попиту на товари бавовняного виробництва в Англії. По – друге, несподівана поява на ринку праці досить великою кількості робочої сили низької кваліфікації, внаслідок проведення політики «огороджування». Підсилюючим фактором було й те, що додаткова робоча сила на ринку виявилась дуже дешевою внаслідок того, що потенційні робітники не мали ніяких засобів для існування. Внаслідок поєднання таких факторів на ринку з'являються фірми, як форми організації капіталістичного виробництва, метою якого є не задоволення власних потреб і потреб суспільства, а виключно отримання прибутку. Паралельно відбувається процес зміни характері конкретної праці і її взаємодії з працею абстрактною.

Ключові слова: ринок праці, продуктивні сили суспільства, промислова революція, абстрактна праця, конкретна праця, управлінський розподіл праці, технологічний розподіл праці.

Статья охватывает теоретические и методологические аспекты формирования и развития фирмы. Исследуются условия, при которых, в определенный исторический период появляется фирма как системы капиталистического производства, которая основана на технологическом разделении труда. В исследовании постоянно акцентируется мысль о том, что создание фирмы в истории человечества это скорее случайное явление, чем закономерный процесс. Ее появление является результатом уникального сочетания двух очень редких, в истории рыночной экономики факторов, которые сложились в Англии к середине XVIII века. Во-первых, сформировалась долгосрочная, на несколько десятилетий, волна повышенного спроса на продукцию текстильного производства. Во-вторых, неожиданное появление на рынке труда довольно большого количества неквалифицированной рабочей силы, как результат проведения политики «огораживания». Влияние этих факторов усиливалось тем, что дополнительная рабочая силы на рынке труда, к тому же, оказались очень дешевой, так как потенциальные работники не имели абсолютно никаких средств к существованию. В результате сочетания этих факторов на рынке появились фирмы, как форма организации капиталистического производства, целью которого является не удовлетворение собственных потребностей и потребностей общества, а исключительно получение прибыли. Паралельно проходит процесс изменения характера конкретного труда и его взаимодействия с трудом абстрактным.

Ключевые слова: рынок труда, производственные силы общества, промышленная революция, абстрактный труд, конкретный труд, управленческое разделение труда, технологическое разделение труда.

Article covers the theoretical and methodological aspects of the formation and development of the company. We investigate the conditions under which, in a certain historical period appears as a firm system of capitalist production, which is based on the technology division of labor. The study continually emphasized the idea that the establishment of the company in the history of mankind is the most random thing than natural processes. Its appearance is the result of a unique combination of two very rare in the history of the market economy factors that have been established in England by the middle of the XVIII century. First, formed a long-term, for several decades, a wave of increased demand for the products of textile production. Secondly, a surprise appearance on the labor market is quite a large number of unskilled labor as a result of the policy of «enclosure movement». The influence of these factors strengthened by the fact that the additional labor at the market of labor, moreover, proved to be very cheap, as potential employees had absolutely no credible livelihood. The combination of these factors at the market appeared firm, as a form of capitalist production, the purpose of which is not to satisfy their own needs and the needs of society, but only making a profit. Parallel to the process of changing the nature of the labor and its interaction with abstract labor/

Keywords: *the labor market, the productive forces of society, the industrial revolution, abstract labor, concrete labor, administrative division of labor, technological division of labor*

Вступ. Велика кількість фактів сучасного господарського життя, як в нашій країні, так і за кордоном, свідчить про те, що економічна теорія фірми переживає в теперішній час кризу. Невдалі спроби в нашій країні реформувати господарський механізм, на думку багатьох дослідників, пов'язані з помилками в структурній реорганізації на рівні первинного господарського ланцюга. Причини таких невдач неможна зводити лише до недоліків макроекономічної політики. Існують досить вагомі чинники вважати, що неадекватність поведінки об'єкта регулювання пов'язана з неадекватністю наших уявлень про цей об'єкт.

На нашу думку, сучасна криза теорії фірми не випадкова. В дослідницькій практиці теорія фірми, по суті, розчинена в загальному курсі економічної теорії: в макроекономіці це об'єкт регулювання, в мікроекономіці – діюча особа, але з обмеженим колом завдань, які, основним чином, зводяться к пошуку оптимальних обсягів виробництва, що значно збіднює дослідження. Разом з тим розробка теорії фірми – одна з актуальних проблем сучасної економічної науки. Під теорією фірми ми розуміємо система поглядів на природу її погодження, сутність, поведінку і еволюцію фірми.

Дослідженню проблематики становлення та розвитку фірми присвячено багато праць науковців: Р. Коуза [2], І.Ансофа [1], М.Портера [7].

Постановка завдання. Основними цілями наукової статті є дослідження умов і природи походження фірми та особливостей характеру поєднання факторів виробництва які вона використовує.

Методологія дослідження. Теоретичною та методологічною основою статті є роботи вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі дослідження особливостей економічної природи фірми. У роботі використовувались загальнонаукові та спеціальні методи дослідження економічних процесів і явищ. Із загальнонаукових методів застосовано: абстрактно-теоретичний, діалектичний, аналізу і синтезу та інші, які були використанні при узагальненні теоретико-методологічних положень

Результати дослідження. В світовій економічній науці існує достатньо велика кількість різноманітних підходів к дослідженню фірми. Серед них можна виділити два основних: технологічна і контрактна концепції. Основні відмінності між цими концепціями полягають перш за все методах дослідження поведінки фірми, а також в факторах, визначаючих розмір фірми, її організаційні форми, в різних підходах в оцінці цілей діяльності фірми і механізму її функціонування. Технологічна концепція була історично першою спробою вивчення діяльності фірми. Цієї концепції дотримувалися класична, неокласична та марксистська школи. В рамках цієї концепції фірма розглядається як виробнича одиниця яка оптимальним засобом перетворює фактори виробництва в готову продукцію[5].

В межах неонституціоналізму визначається інший напрямок дослідження природи фірми. Його розробником слід вважати американського економіста Рональда Коуза. В своїй роботі «Природа фірми» [2] він визначає фірму як «пучок контрактів» між власниками різних факторів виробництва. На його думку фірма виникає з метою оптимізації трансакційних витрат.

Не поглиблюючись в суперечку з ціми концепціями фірми, необхідно зауважити лише одне. Вони не дає відповідь на питання чому і як створювалися перші фірми? Чому вони, на перших порах, виграли конкурентну боротьбу у тих форм організації виробництва які на той час існували? Адже, по-перше, для свого рівні розвитку, і мануфактура, і ремісники використовували фактори виробництва раціонально. По-друге, в ті часи коли створювалися перші фірми трансакційні витрати,

якщо і були, то дуже мінімальні. Їх оптимізація суттєво на рентабельність фірми не впливала і тому мало що могла додати в конкурентній боротьбі з ремісниками або мануфактурою.

В сучасній економічній літературі фірма, як економічна категорія має різні визначення. Наприклад, фірма – організаційно відокремлена та економічно самостійна первинна ланка сфери народного господарства, яка виготовлює продукцію (виконує роботу або надає платні послуги)[8, с. 10].

На нашу думку, більшість з визначень не розкривають економічну природу фірми, а від так не дають відповідь на багато закономірних питань. Наприклад, чому в певний період історії цивілізації вони взагалі почали створюватися? Це явище ніяк не можна пояснити з точки зору, наприклад, виникнення і розвитку ринку. Ринок існує майже 5 тис. років. А фірми, як відомо, почали виникати не раніше 250 років потому, тобто на початку промислової революції. І виникають вони саме у Європі, ринок якої на той час, в порівнянні з ринком сходу, наприклад ринками Індії або Китаю, був значно менш розвинутий і до того ж став розвиватися значно пізніше. Навіть Голландія, яка на той час мала значно більш розвинутий ринок ніж Англія, не мала жодних передумов для початку промислової революції.

З точки зору, класичної економічної теорії, фірма, взагалі не повинна була з'явитися і в подальшому існувати, тому що об'єднання в рамках підприємства певних суб'єктів ринку, відбувається всупереч самому механізму функціонування ринку. Так Адам Сміт вважав, що у відповідності з дією «невидимої руки» - тобто, власне, механізму ринку - усі суб'єкти ринку повинні діяти виключно у власних інтересах - збільшувати свій прибуток, і діючи тільки так, а не інакше, вони найкращим чином досягають суспільного блага, задовольняють суспільні інтереси [2].

Працівники фірми не отримують прибуток, більш того, на ранніх стадіях становлення фірм вони навіть не були зацікавлені в його збільшенні, тому що для них це оберталось зростанням інтенсивності праці. Виникає питання, а хто і чому буде працювати на перших фірмах? Ринку праці ще немає, і складається він значно пізніше появи перших фірм[6]. Як відомо, від часу створення перших фірм до початку формування ринку праці пройшов досить тривалий час.

Потенційно на перших фірмах в якості найманих працівників могли працювати ремісники, або селяни. Що стосується перших то вони, як мінімум, при переході на найману працю, повинні були відмовитися від принципів на яких базується механізм «невидимої руки» ринку - виробляти продукцію виключно заради досягнення власних інтересів. А от що їх може спонукати діяти в супереч власних інтересів, не зрозуміло. Це по – перше. А, по – друге, їх заробітна плата на фірмі повинна була б перевищувати їх доходи від власного ремесла, тільки в такому разі з'являється більш - менш зрозуміле пояснення переходу на найману працю.

Що стосується селян, то в цьому випадку, ситуація складається дуже прозора. З одного боку, в суспільстві немає системи професійної освіти. Тоді хто і де їх буду навчати ремеслу? З іншого, на що їм в загалі наймана праця далеко в місті, якщо є власне господарство яке забезпечує усім необхідним їх самих і усю сім'ю. Селянину, щоб стати працівником на фірмі, треба отримати певну професійну кваліфікацію, а потім кинувши своє господарство, разом з сім'єю їхати в місто, невідомо куди і як їхати, розвинутих транспортних сполучень немає, і найматись до когось на фірму, знову таки невідомо на яких умовах. Для таких дій потрібні дуже сурові мотиви. Безумовно, для пояснення незрозумілої поведінки певних суб'єктів ринку можна спекулювати на байках істориків, які нам розповідають про дуже важке життя селян. І тому вони погоджувалися кинути своє господарство і їхати в місто працювати 14-16 годин на добу, не маючи власного житла і отримуючи невелику заробітну плату, навіть в порівнянні з тими доходами, які вони мали, працюючи в сільському господарстві.

Нарешті виникає ще одне питання. Яким чином підприємець може платити своїм найманим працівникам більше того, що заробляють ремісники і селяни? При цьому сам організатор виробництва повинен отримувати дохід не менший тих самих ремісників, витративши на створення фірми значні кошти, які спочатку треба окупити, а вже потім ставити питання про збільшення зарплати працівникам на рівні як мінімум доходів селян. Але щоб ця економічна модель поведінки працювала, платити треба зарплату на рівні що перевищує доходи останніх

Відповідь однозначна – треба або визнати що при існуючому на той час стані розвитку продуктивних сил суспільства така модель поведінки його суб'єктів неможлива, бо вона суперечить самим основам ринку. Або пояснити чому основні суб'єкти рівноважного ринку починають діяти в супереч своїм власним інтересам.

Безумовно, коли з'являться машини і їх використання значно підвищить продуктивність праці, фірма отримає переваги над ремісниками. Проблема в тому що такі машини з'являються тільки на початку, або навіть в середині промислової революції. Тобто спочатку з'являються фірми, а потім

вже певне обладнання і устаткування, використовуючи яке можливо підвищити продуктивність праці, але ніяк не навпаки.

І ще більша проблема виникає з використанням у виробництві машин. По-перше, звідки вони з'являться. Хто і як, під який попит буде налагоджувати їх проектування і масове виробництво?

Ринок, як правило, рівноважний. А значне збільшення продуктивності праці за рахунок використання машин, руйнує рівновагу ринку. Де знайти попит під значне зростання виробництва продукції? В звичайних умовах такого попиту немає. Більш того, де реміснику взяти капітал для придбання необхідного устаткування, адже банківської системи не існує і відповідно дешевих кредитів теж.

Якщо комусь в ті часи і вдалося так чи інакше вирішити усі названі проблеми і він дійсно отримав в необхідному розмірі достатньо дешевий капітал і необхідних працівників, то, як мінімум, той підприємець повинен був бути впевнений, що створення фірми забезпечить йому більш високий рівень продуктивності праці в порівнянні з ремісничою майстернею.

При перших думках про створення фірми це, в загальні було не вочевидь. Адже мова йшла про виробництво, яке базується на ручній праці. А тому виникає питання, чи буде підвищена продуктивність праці на фірмі де існує розподіл праці в порівнянні з майстернею де його немає? Різниця між ціми формами організації виробництва полягає в тому, що в першому випадку певні технологічні операції виконують окремі працівники, як правило, невисокої кваліфікації, у другому один високопрофесійний майстер виконує основні операції, а допоміжні, можливо, роблять його учні. Але і в першому і в другому випадку, використовується ручна праця. Безумовно, її розподіл якщо і дасть приріст продуктивності за рахунок підвищення інтенсивності то дуже незначний. А ризики і витрати пов'язані з переходом до нової технології великі.

І, на решті, якщо вже дійсно досить значні кошти вкладаються в створення підприємства, треба бути впевненим в тому що попит на продукцію буди зростати достатньо тривалий час. Інакше навіть мінімальні витрати не можливо буде окупити.

Нам зрозуміло що, основною передумовою переходу від ручної праці до машинної, є довготривало зростаючий попит, як єдиний фактор забезпечення окупності значних капіталовкладень і отримання прибутку. Але в звичайній ринковій моделі все відбувається якраз навпаки. Різко зростає пропозиція товарів, за рахунок зростання продуктивності машинної праці, а попит або не зростає, або навіть знижується, бо звільняються з виробництва робітники, які були заняті ручною працею.

Таким чином, якщо усі ці проблеми, що пов'язані з появою фірми скласти разом і розглянути в певній хронології треба зробити висновок, що для виникнення перших фірм, і пов'язаною з ними промисловою революцією необхідні якісь особливі історичні умови, які, напевно, і склалися в Англії в середині 18 ст. І цей історичний і соціально-економічний феномен повинен бути предметом особливого дослідження.

На фірмі складається технологічний розподіл праці і саме це її принципово відрізняє також від мануфактури де, за висловом Адама Сміта, існує природний розподіл праці [2]. Взагалі природний розподіл праці відомий з ранніх часів історії людства, тобто з часів родоплеменного устрою суспільства. На нашу думку, більш правильна назва такого розподілу праці – управлінський розподіл праці. Тому що він виникає, виключно, з метою полегшення системи управління достатньо великими колективами. Досить просто керувати виробництвом всіх необхідних для життя продуктів в замкнутій системі натурального господарства, коли кожний член спільноти, наприклад, того ж племені, відповідає, за наказом керівника, за виробництво певного продукту. Контроль за результатом виконання завдання в такий системі управління досить простий і ефективний. Управлінський розподіл праці існує в тих виробничих структурах в яких існує постійний наглядний контроль за результатами праці робітників. Наприклад, в мануфактурах рабовласницького, або феодалного суспільства він базується на неекономічних формах примусу, і в умовах відсутності будь яких економічних стимулів до праці, є єдино можливим.

Фірма – це система технологічного розподілу праці. Капіталістичний спосіб виробництва і є виробництвом товарів саме в умовах технологічного розподілу праці на підприємстві. Поява в Англії в 18 ст. великої кількості дешевої некваліфікованої робочої сили, як наслідок політики «оголодження», створила одну з необхідних умов переходу до капіталістичного машинного виробництва, що почало базуватися на технологічному розподілі праці. Другою такою умовою переходу до технологічного розподілу праці в рамках фірми, став довготривалий зростаючий попит на бавовняні вироби. Саме це стало поштовхом для широкого використання машин в текстильній галузі економіки Англії. А оскільки зацікавленою в розвитку бавовняного виробництва, в силу певних економічних і соціальних особливостей Англії того періоду, була Ост-Індійська компанія, то дешевого інвестиційного капіталу було достатньо.

В чому полягає особливість використання праці на капіталістичній фірмі? К.Маркс вважав одним з найбільш важливих своїх відкриттів економічної теорії - двоїстий характер праці [3]. Робітник в процесі створення продукту витрачає абстрактну працю і працю конкретну. Якщо давати узагальнене визначення двоїстого характеру праці треба сказати наступне. Абстрактна праця – це витрати людиною своєю жит'євої енергії в тій чи іншій формі. Наприклад, займаючись фітнесом у спортивному залі ми витрачаємо, виключно, абстрактну працю. В той же час, конкретна праця, це праця в певній доцільній формі. Тобто це використання знань в процесі виробництва про те як створити певний продукт.

Особливість використання конкретної праці на капіталістичній фірмі полягає в тому, що вона, в умовах технологічного розподілу праці, витрачається колективним робітником. Колективний робітник це саме той суб'єкт процесу виробництва, хто, з одного боку, знає як виробляти весь продукт від початку процесу виробництва і до кінця, з іншого, він складається з багатьох робітників які зайняті на виробництві і витрачають свою абстрактну працю.

На капіталістичній фірмі праця, що витрачається на створення товару, проходить через певну модифікацію. По-перше, відбувається відділення конкретної праці від абстрактної, носієм абстрактної праці залишається кожний працюючий, а носієм конкретної праці стає увесь виробничий колектив. По-друге, знання про те як виробляти продукт вже не є здобутком одного якогось працівника, якій в технологічному процесі виконує дрібну операцію, воно стає знанням всієї фірми одразу. Тобто матрицею яка запускає і підтримує увесь технологічний процес. І в цьому випадку, коли вже фірма створена і працює, навіть немає необхідності в тому щоб хтось один знав механізм роботи усєї матриці. Тому так швидко в умовах сучасної економіки, при тимчасовому занепаді народного господарства, зникають високотехнологічні виробництва. Прикладом може бути Україна, яка за пострадянський період втратила багато унікальних високотехнологічних виробництв.

Саме ця особливість модифікації праці на фірмі створює, власно кажучи, капіталістичний спосіб виробництва. Цілісний характер конкретної праці починає ділитися на виробничі операції - які виконують окремі працівники - кожна з них сама по собі немає сенсу. Але усі разом, пов'язані певної хронологічною послідовністю, вони створюють високотехнологічний товар. Сучасна технологія побудована таким чином, що виробництво товарів розкидано по всьому світу [7], і як правило, завершується на підприємствах Китаю, при цьому готова продукція має частку конкретної праці власно китайських робітників, можливо, не більше 1%.

Таким чином, характер конкретної праці на капіталістичній фірмі відрізняється від конкретної праці в мануфактурі і ремісничій майстерні і робить технологічно можливим використання машин.

В історії цивілізації організація виробництва на основі технологічного розподілу праці стала спусковим гачком науково – технічного прогресу. Тобто був запущений інвестиційний механізм. Дослідження поступового розвитку і механізму функціонування інвестиційного процесу, на нашу думку, є предметом дуже цікавого дослідження.

Висновки. Проведене дослідження дає можливість зробити висновок про те що існуюча в сучасному світі система капіталістичного виробництва, яка базується на технологічному розподілі праці, є в історії розвитку людства скоріше випадкове явище ніж закономірне. Її поява - результат унікального збігу двох дуже рідкісних в ринковій економіці обставин. Перша, це формування довготривалої, декілька десятків років, хвилі підвищеного попиту на товари бавовняного виробництва в Англії. Друга, несподівана поява на ринку досить великою кількості робочої сили низької кваліфікації, дуже дешевою внаслідок того, що потенційні робітники не мали в місті ніяких засобів для існування. Поєднання цих умов, в певний історичний період, і призвело в Англії спочатку до появи фірм, а згодом, і до промислової революції.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в запропонованому методологічному підході до аналізу причин і наслідків появи на ринку фірми, як принципово новою форми організації виробництва, метою якого є не задоволення власних потреб виробника і потреб суспільства, а виключно отримання прибутку. В той же час, в дослідженні ми показуємо як в капіталістичній фірмі змінюється характер конкретної праці і яких особливостей вона набуває, відокремлюючись від праці абстрактної. Це дає можливість сформулювати новий підхід в дослідженні економічної природи фірми.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. - М.: Экономик, 1989. - 519с.
2. Coase R. The Nature of the Firm / С. Ronald// Economica. 1937. - V. 4 (16). - №9. - p. 386-405.
3. Маркс К. Капитал.-Т.1 / К.Маркс., Ф. Энгельс Соч. 2-е изд. М.: Госполитиздат, Т. 23 – 1960 .- 723с.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов./ А.Смит. - М.: Эксмо, - 2007. — 960с.
5. О'Шеннеси Дж. Принципы организации управления фирмой / Дж.О'Шеннеси. - М.: ООО МТ «Пресс», 1999. - .296с.
6. Петюх В. М. Ринок праці/ В.М. Петюх.-К.: КНЕУ 1999- .288с
7. Портер М. Конкуренция /М. Портер.- «Вильнюс»- 2001- 95с.
8. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: навч. посібник. /С.Ф.Покропивний, М.Г. Грещак, В.М.Колот /за ред. д.е.н. проф. С.Ф. Покропивного – К.: КНЕУ, 2001 – .457с.

УДК 338. 585

Рощина Н.В.*канд. економ. наук, доцент**Національний технічний університет України «КПІ»*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ РЕСУРСІВ

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ РЕСУРСОВ

PECULIARITIES OF FORMATION OF DEMAND AND SUPPLY ON THE MARKET OF RESOURCES

У статті проведено дослідження особливостей формування попиту та пропозиції на ринку ресурсів. Доведено, що ресурси перетворюються на фактори виробництва лише за умов їх використання підприємством. Зазначено, що саме специфіка об'єктів купівлі-продажу визначає особливості ринку ресурсів та основних законів, що діють на ньому. Розгляд особливостей загального попиту та пропозиції на ресурси, надає можливість перейти до визначення особливостей закону попиту та пропозиції саме на ринку ресурсів, де в основі зазначеного закону лежить співвідношення граничних витрат та граничного продукту, а його дія безпосередньо залежить від умов ринку. Крім того, у роботі зазначено, що дослідити особливості функціонування ринку ресурсів можна також на прикладі кожного з ринків, що формують ринок ресурсів, оскільки кожен ринок має як загальні особливості, що притаманні ринку ресурсів так і окремі, що виділяють його. Показано, що під впливом умов в яких відбувається становлення і розвиток ринку ресурсів Україні, кожному з його ринків притаманні індивідуальні риси, що виділяють його та визначають принципи його функціонування в залежності від сформованих умов.

Ключові слова: ринок ресурсів, закон попиту та пропозиції, умови господарювання, ринкова економіка, граничний продукт, система економічних відносин.

В статье проведено исследование особенностей формирования спроса и предложения на рынке ресурсов. Доказано, что ресурсы превращаются в факторы производства лишь при условии их использования предприятием. Указано, что именно специфика объектов купли-продажи определяет особенности рынка ресурсов и основных законов, действующих на нем. Рассмотрение особенностей общего спроса и предложения на ресурсы, дает возможность перейти к определению особенностей закона спроса и предложения именно на рынке ресурсов, где в основе данного закона лежит соотношение предельных издержек и предельного продукта, а его действие напрямую зависит от условий рынка. Кроме того, в работе отмечено, что исследовать особенно-

сти функционирования рынка ресурсов можно также на примере каждого из рынков, формирующих рынок ресурсов, поскольку каждый рынок имеет как общие особенности, присущие рынку ресурсов так и отдельные, которые выделяют его. Показано, что под влиянием условий, в которых происходит становление и развитие рынка ресурсов в Украине, каждому из его рынков присущи индивидуальные черты, которые выделяют его и определяют принципы его функционирования в зависимости от сложившихся условий.

Ключевые слова: рынок ресурсов, закон спроса и предложения, условия хозяйствования, рыночная экономика, предельный продукт, система экономических отношений.

In the article the study of the peculiarities of formation of demand and supply on the market of resources. It is proved that resources are converted into factors of production only when they are used by the enterprise. Indicated that the specificity of the object of sale determines the characteristics of the market of resources and basic laws on it. Consideration of overall demand and supply of resources, allows you to jump to the definition of the peculiarities of the law of supply and demand it is on the resource market, where the basis of this law is the ratio of marginal cost and marginal product, and its effect depends on market conditions. In addition, it was noted that to study the peculiarities of the functioning of the market of resources can also sample each of the markets that shape the market of resources, because each market has the characteristics common market resources and individual that produce it. It is shown that under the influence of the conditions under which the formation and development of market resources in Ukraine, each of its markets inherent personality traits that distinguish and define the principles of its functioning, depending on the prevailing conditions.

Keywords: market resources, the law of supply and demand, economic conditions, market economy, the marginal product, the system of economic relations.

Вступ. Дослідження ринку ресурсів та визначення особливостей його функціонування надає можливість визначити основні функції, які він виконує у сучасній ринковій економіці, це, насамперед, сприяння більш раціональному та ефективному розподілу ресурсів і подальшому ефективно-му виробництву товарів і послуг, а також визначення для кого і в якому обсязі здійснюється процес виробництва, оскільки плата за ресурси є основним видом доходу для більшості людей. Від того наскільки ефективно функціонує ринок ресурсів залежить результативність роботи кожного суб'єкта господарювання, стійкість і рівновага всієї економіки, що з урахуванням сучасної економічної та політичної ситуацій є досить актуальним та доречним.

Результати дослідження особливостей попиту та пропозиції на ринку ресурсів відображаються у роботах таких науковців як: В.А. Геєця, А.В. Єфремова, Н.В. Каткова, Н.В. Цопи, М.М. Гаджиева, Н.В. Семенченко та інших.

Проте до основних чинників, що обумовлюють актуальність теми дослідження можна віднести такі, що не зважаючи на їх сутнісну перманентність, змінюються, або повністю або частково, під впливом соціокультурної, економіко-правової та політичної ситуацій у державі. До таких відносять: формування доходу домогосподарств (рівень життя населення); розподіл доходів в суспільстві (посилення суспільної нерівноваги); формування витрат підприємства (оптимізація витрат); розподіл ресурсів між підприємствами та галузями (ефективність визначається потребами суспільства).

У попередніх публікаціях ми відзначали, що у сучасному науковому просторі трансформаціям піддається значна частина методології пізнання явищ та процесів, це потребує створення або нового або підтвердження наявного наукового підґрунтя для доведення необхідності та доцільності зазначених змін, а також їх імплементації в діяльність підприємства [4]. Через це економічна наука доповнюється новими термінами та дефініціями, які надають можливість більш коректно означити нові процеси та явища, що виникають внаслідок вищезазначених змін, а вже існуючі адаптуються к змінам спираючись на моделі, механізми та алгоритми в основі яких покладені концепції нового типу економіки.

На вказані процеси ідеологічної трансформації звертає особливу увагу директор Інституту економічного прогнозування НАН України, академік НАН України В.Геєць «...зміни дозволили, певною мірою, шляхом створення умов для зрівноваження попиту та пропозиції на працю, товари, послуги, інвестиції, гроші започаткувати використання механізмів, властивих ринковій економіці. Це привело до зміни структури витрат в економіці, які за всіма ознаками такими вже є. Водночас задіяні механізми могли дати тільки початковий поштовх для заміни існуючих стереотипів і механізмів планово-розподільного характеру щодо задоволення потреб у товарах, послугах, інвестиціях на ринкові. Зміни, що мають місце в системі господарювання, мали відбутися і відбулися у дуже короткий

період на відміну від західної моделі господарювання, що складалася протягом століть. Саме тому вони не дали поки що позитивного результату в аспекті забезпечення економічного та соціального прогресу в Україні. За існуючих умов це можливо при структурній перебудові економіки, закладанні і задіянні нових мотивів до високоефективної діяльності як державних, так і приватних структур, активізації людського фактора, що повинен отримати відповідний рівень підготовки, сформувані мотиви для дії в нових умовах, створення високоефективного інституційного середовища, в якому є місце для захисту майнових інтересів, прав і свобод людини, ефективній дії внутрішніх механізмів захисту від негативного впливу зовнішніх чинників тощо. Однак більшість із наведених складових залишилися розвинутими недостатньо, оскільки вони мають за своєю природою переважно довготривалий період становлення і розвитку. Розуміння природи цих процесів і складності втілення їх у життя, на нашу думку, також актуалізували розробку перспективних довгострокових програм розвитку економіки, оскільки завдяки саме такому їх опрацюванню можна достатньо цілісно сформувати і реалізувати програму дій з вирішення найважливіших проблем, що нині стоять як перед економікою України, так і перед суспільством у цілому.» [4].

Наприкінці наведеної праці, В.Геєць звертається до відомого у всьому світі економіста Д.К. Гелбрейта, який зробив висновок, який був та залишається вельми актуальним і на сьогоднішній день: «...зміни потребують часу та осмислення процесів, що відбуваються.»

На нашу думку, одним з фундаментальних питань в стратегії економічної стабілізації є питання пов'язані з функціонуванням ринку ресурсів. Порівняння теоретичних основ функціонування ринку ресурсів з реальною ситуацією. Окремо визначити чинники впливу на попит та пропозицію ресурсів, та окремо визначити чинники впливу на попит та пропозицію саме на ринку ресурсів. Це надасть можливість затвердити дієвість окремих ринкових трансформацій та підтвердити їх доцільність, а також навпаки, відрегулювати або нівелювати дію інших. Крім того, під час проведення дослідження постала низка питань розгляд та осмислення яких, формують цілі подальших наукових досліджень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей формування попиту та пропозиції на вітчизняному ринку ресурсів.

Методологія. Теоретико-методологічну основу роботи становлять праці вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері оцінювання ефективності діяльності підприємств. Для досягнення поставленої мети використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, такі як: системний підхід, методи аналізу та синтезу, прийоми логічного узагальнення.

Результати дослідження. Серед найбільш поширених визначень економічних ресурсів можна знайти такі [1; 2; 5]:

– економічні ресурси - фактори виробництва, що задіяні у виробничому процесі і використовуються для отримання готової продукції;

– економічні ресурси - сукупність ресурсів, які використовуються в господарській діяльності для виробництва, обміну, розподілу та споживання матеріальних і духовних благ, задоволення зростаючих потреб населення.

– економічні ресурси - фактори виробництва, що складають основні компоненти продуктивних сил.

І якщо порівняти дані визначення з визначенням ресурсів як таких (ресурси [фр. *ressources*] - грошові кошти, цінності, запаси, можливості, джерела коштів, доходів [3]), то можна дістати висновок, що ресурси стають факторами виробництва лише за умов їх використання підприємством. Цілком логічно, що підприємства для отримання запланованих результатів повинні «зустрітися» з власниками ресурсів та «зацікавити» їх «взяти участь» у виробничому процесі, тобто стимулювати їх шляхом матеріального або нематеріального винагородження. Така система взаємовідносин потребує відповідного механізму який би надав можливість задовольнити інтереси кожної із сторін – цей механізм створюється завдяки функціонуванню ринку ресурсів, а саме, з урахуванням зазначених уточнень, ринку факторів виробництва. Тому, ринки факторів виробництва — це специфічні ринки, де попит формують підприємства, що споживають відповідні ресурси (фактори), а пропозицію формують домогосподарства — власники цих факторів. Ринки факторів виробництва являють собою ту сферу ринкових відносин, де в результаті взаємодії попиту та пропозиції формується ціна на них у вигляді грошового доходу: прибутку (підприємницький дохід), заробітної плати (дохід від продажу праці), ренти (земельний дохід). Необхідно зазначити, що зазначений перелік факторів виробництва не є остаточним, а охоплює лише одні з основних.

Найбільш повно особливості ринку ресурсів реалізуються через специфічні закономірності попиту та пропозиції. Поряд з цим, можна сказати, що саме специфіка об'єктів купівлі-продажу визначає особливості ринку ресурсів та основних законів, що діють на ньому. Однак, для більш по-

вного дослідження та отримання коректних висновків, необхідно звернутися до фундаментальних основ та визначити загальні особливості функціонування ринку ресурсів. На думку автора, розглядати особливості попиту та пропозиції на ринку ресурсів необхідно поступово починаючи з визначення особливостей загального попиту та пропозиції на ресурси.

По – перше, попит на ресурси має похідний, вторинний характер, оскільки безпосередньо залежить від обсягу виробництва, який в свою чергу є пропорційним попиту на готову продукцію, вироблену з застосуванням даних ресурсів.

По – друге, динаміка попиту на ресурси безпосередньо залежить від продуктивності праці. Варто зазначити, що не дивлячись на те що, в результаті використання кожної одиниці ресурсів відбувається прирощення продукту (граничний дохід), одночасно з цим, відбувається збільшення витрат підприємства (граничні витрати). Отже, з урахуванням загальної стратегії підприємств, спрямованої на зменшення витрат, підприємства будуть пред'являти попит на ресурси тільки до тих пір, поки граничний дохід не зрівняється з граничними витратами.

По – третє, попит на ресурси є взаємозалежним, оскільки у виробничому процесі фактори взаємодіють один з одним – вони можуть замінювати або доповнювати один одного, іноді можуть конкурувати [1; 2]. Ефективність одного фактора виробництва безпосередньо залежить від іншого, що, в свою чергу, ускладнює процес визначення його ролі у кінцевому результаті, незалежно від інших факторів.

Крім того, залежність попиту на основний ресурс безпосередньо залежить від динаміки цін на інші ресурси, тобто від зміни ціни на замінні ресурси (праця замінюється капіталом) та на додаткові (виробництво автомобільних шин є додатковим по відношенню до виробництва автомобілів).

Слід зазначити, що попит на замінні та додаткові ресурси, також має свою специфіку. На практиці попит на замінні ресурси залежить від співвідношення двох ефектів: ефекту заміщення та ефекту обсягу виробництва. Якщо в першому випадку ми спостерігаємо обернено - пропорційну залежність попиту і ціни, то в другому - прямо пропорційну. Якщо, наприклад, у процесі виробництва, відбувається заміна праці капіталом, то це призводить до падіння попиту на працю і до збільшення попиту на капітал (ефект заміщення). Одночасно з цим відбувається збільшення ціни на капітал, відповідно збільшуються витрати підприємства - отже обсяги виробництва скорочуються, як і скорочується попит на ресурс. Виробники будуть пред'являти попит на ресурси до тих пір, поки ефект обсягу виробництва не буде більше ефекту заміщення.

Що стосується додаткових ресурсів то, динаміка їх ціни впливає на основний ресурс у протилежному напрямку.

Ще однією особливістю попиту на ресурси, яку ми вже відзначили вище, є те, що його пред'являють лише індивіди, які здатні налагодити виробництво суспільних благ.

Також до переліку факторів, що визначають особливості попиту на ресурси, обов'язково відносять те, що по своїй природі, ресурси обмежені, внаслідок чого, обмежений і сам обсяг виробництва (пропозиції), а попит на ресурси є досить стійким. В "ідеальному світі" проблеми обмеженості ресурсів - не існує. Не існує також проблеми вибору та всі потреби суспільства задовольняються. Між тим, у реальному житті ресурси рідкісні та обмежені, що і визначає їх пропозицію та вартість на ринку.

Отже, розгляд особливостей загального попиту та пропозиції на ресурси, надає можливість перейти до визначення особливостей закону попиту та пропозиції саме на ринку ресурсів. В основі зазначеного закону лежить співвідношення граничних витрат та граничного продукту (або доходу), а його дія безпосередньо залежить від умов ринку.

На ринку досконалої конкуренції підприємства пред'являють попит доки граничні витрати не дорівнюють граничному грошовому продукту. Подальше виробництво буде не доцільним, оскільки у співвідношенні граничні витрати/граничний продукт переважає витрати, що може призвести підприємство до збитків. Абсолютно логічним є, те що в таких умовах досягти економічного ефекту та/або посилити його підприємства можуть шляхом впровадження інновацій, удосконалюючи технологічну складову виробничого процесу і т.п. Тобто підвищити ефективність використання кожного виду ресурсів на кожному етапі виробничого процесу [9].

Дослідження ринку недосконалої конкуренції показує, що попит на ресурси тим вище, чим нижче ціна на них та навпаки [1;5]. Задля досягнення переваги у співвідношенні граничні витрати/граничний продукт в позитивну сторону, на цьому ринку, підприємства обмежують попит на ресурси. Позаяк, поставляючи на ринок обмежену кількість товарів, виробник пред'являє значно менший попит на ресурси (чим менший попит - тим менша ціна), а також впливає на рівень цін на товари (чим менша пропозиція - тим більша ціна) - у результаті чого підприємство отримує додатковий прибуток.

У сучасній економічній ситуації, а саме, з урахуванням певного рівня перевиробництва товарів, найбільш конкурентоспроможними є власники ресурсів - це надає можливість диктувати їм умови поведінки споживачів на ринку та встановлювати ціни у відповідності з принципом максимізації прибутку, і хоча попит на ресурси є похідним від попиту на готові товари, виробники з метою підтримання постійного попиту, формують аналогічний стійкий попит на ресурси для диверсифікації виробництва.

Дослідити особливості функціонування ринку ресурсів можна також на прикладі кожного з ринків, що формують ринок ресурсів (ринки: праці, капіталу, землі), оскільки кожен ринок має як загальні особливості, що притаманні ринку ресурсів так і окремі, що виділяють його.

При розгляді особливостей функціонування ринку капіталів та для отримання найбільш повної його характеристики необхідно враховувати фактор часу, оскільки це надає можливість визначити доцільність інвестицій на ринку капіталів. Це виражається у визначенні дисконтованої (поточної) вартості капіталовкладень, а також в нормі зносу – найбільш важливої характеристики означеного ринку. Через це виокремлюють первинний та вторинний ринок капіталів [2; 5].

На первинному ринку капіталів, особливо виділяється ринок специфічного устаткування, ринок індивідуальних замовлень, цьому ринку властива двостороння монополія у якій, за визначенням відсутні рівноважна ціна та рівноважна кількість, у зв'язку з цим, остаточна ціна та умови придбання залежать від позицій покупця та продавця на ринку.

Саме на вторинному ринку визначається норма зносу, яка безпосередньо впливає на рівень попиту та цін. Через це, ринок капіталів відрізняється неоднорідністю та різноманітністю якості об'єктів обміну.

Дослідження особливостей функціонування ринку природних ресурсів (практично – ринку землі) показали, що він також має свої іманентні особливості функціонування, які виникають через унікальну природу об'єктів куплі-продажу. Впершочергу, довищезначених особливостей, необхідно віднести специфіку пропозиції землі, а саме: якщо розглядати пропозицію землі у суспільному масштабі, то вона характеризується досконалою нееластичністю, та якщо пропозицію розглянути з позиції конкретного користувача, то вона набуває певної еластичності, оскільки користувач має можливість збільшити свою земельну площу за рахунок конкурентів. Крім того, обмеженість пропозиції земельних ресурсів посилюється закріпленістю землі у приватну власність.

Щодо попиту на ринку землі, то через ряд обставин, таких як: зростання потреби у сільськогосподарській продукції та продукції корисних копалин, зростання попиту внаслідок урбанізації та ін., він, у загальному розумінні, залишається сталим, але на рівень вище, ніж пропозиція. Однак, в практиці, попит на земельні ресурси може коливатись в залежності багатьох чинників, які призводять до того, що попит нижчий за пропозицію.

Крім цього, при визначенні факторів, що безпосередньо, впливають на попит та пропозицію на ринку природних ресурсів, особлива увага приділяється відтворюваності ресурсів. Безперечним є те, що при використанні відповідної системи агротехнічних заходів, позитивний результат можна очікувати щонайменше кожного періоду. Більш того, можна збільшити продуктивність ресурсів (земельні угіддя) та відповідно отримувати більший прибуток – диференційну ренту, що виникати-ме унаслідок використання більш продуктивних ресурсів.

На сьогоднішній день особлива увага приділяється невідтворюваним природним ресурсам, ліміт яких постійно зменшується, що призводить у деяких ситуаціях до міжнародних конфліктів, загостренню та ускладненню політичних, економічних та інших відносин між державами.

Розрізняють декілька можливостей використання невідтворюваних ресурсів: негайне споживання для розширення поточного рівня споживання або консервація, з подальшим використанням та виготовленням майбутніх благ. В такому контексті, на ринку ресурсів, відбувається порівняння поточних та майбутніх переваг. При очікуванні, що темпи зростання цін на невідтворювані ресурси будуть значно вищими за альтернативні джерела прибутку, стає вигідним перемістити ресурси з поточного використання у майбутнє. Таким чином, можна сказати, що саме на ринках відбувається перерозподіл ресурсів, а сам ринок – містить у собі механізм їх консервації.

Найскладнішим з усіх існуючих ринків ресурсів є ринок праці. Даний ринок дуже диверсифікований і масштабний - перелік ознак, що визначають особливості механізму його функціонування не обмежується простою класифікацією, це безпосередньо пов'язано з самим об'єктом ринку (робоча сила, праця). До основних характерних особливостей ринку праці відносять: різноманітність фізичних даних і здібностей, що робить неможливим визначення реальних трудових зусиль працівника до моменту укладення трудового контракту; кваліфікацію працівників, що має на увазі диверсифіковану оплату працівників різних професій; мобільність робочої сили, зміна роду

діяльності і перехід до більш продуктивної праці, територіальне переміщення; аспекти діяльності безпосередньо пов'язані з людиною: психологічний, соціальний, політичний і т.п. Таким чином, можна констатувати, що не існує єдиного критерію, що визначає специфічність досліджуваного ринку і його унітарність. Це, звичайно, відображається на винятковості факторів, що впливають на пропозицію робочої сили на ринку праці: демографічні, економічні, психологічні, соціальні, фактори, пов'язані з освітою і підготовкою кадрів.

Специфічність ринку праці безпосередньо впливає на формування попиту, а саме: попит формується на рівні окремого господарюючого суб'єкта. Тим не менш, мобільність робочої сили, можливість зміни роду діяльності, підвищення кваліфікації призводять до того, що пропозиція на відміну від попиту формується на рівні галузі, всієї промисловості або суспільства в цілому. З чого випливає, що формування ціни праці здійснюється за допомогою конкуренції на рівні народного господарства, що, найчастіше, приводить до того, що в регіонах встановлюється щодо однаковий рівень оплати праці працівників однієї професії.

Більше того, функціонування ринку праці ускладнюється наявністю безробіття та складністю його структури. Якщо наявність безробіття перешкоджає встановленню рівноважної ціни, то складність структури обмежує можливості покупців і продавців впливати на співвідношення попиту і пропозиції, рівні заробітної плати.

Отже, теоретичне підґрунтя визначення особливостей формування попиту та пропозиції на ринку ресурсів надає можливість перейти до розгляду означених особливостей на ринку ресурсів України.

Як вже було зазначено вище – особливості пропозиції та попиту на ринку ресурсів в першу чергу залежать від умов в яких він функціонує. Для цього необхідно звернутися до ретроспективного аналізу подій, що відбувалися у нашій державі.

Початковим етапом аналізу – будемо вважати перехід від планової економіки періоду до ринкової – цей період називають перехідним або транзитивним.

Безумовно перехід від однієї системи відносин до іншої відбувся далеко не еволюційно, з поступовим накопиченням факторів змін, що надало б змогу швидко та без істотних потрясінь упровадити нову парадигму господарювання. Перехід стався - революційно, без відповідного інституційного фундаменту, свідомого розуміння сутності ринкової економіки, її законів, правил поведінки інституцій і т.п. Означений період, як і сам факт переходу, є дослідженням багатьох вчених - спеціалістів не тільки в галузі економіки, а й філософії, соціології, політології та ін. Всі вони визначають його як переломний момент, наслідки якого відчутні й до нині.

Щодо формування ринку ресурсів, то слід зазначити, що його становлення - є невід'ємною умовою ефективного розвитку економіки, одним з основних завдань транзитивного періоду. Однак, не дивлячись на всю значущість та багатогранність представленого завдання його вирішення протікало не у відповідності з розглянутою раніше теорією, а у відповідності з умовами (формування монополюльно олігархічної моделі відносин), що панували на той момент у державі. У результаті чого, планова система господарювання як цілісність, за допомогою якої здійснювалися процеси управління виробництвом, розподілом, перерозподілом ресурсів, припинила існування. Замість неї повинна діяти нова система, яка сприятиме появі нових можливостей задоволення виробничих і споживчих потреб та здійсненню господарської діяльності. Дана система заснована переважно на засадах лібералізації економічних та фінансових відносин при одночасному створенні грошового та фондового ринків, ринків товарів та послуг, ринку нерухомості і ринку праці [4].

Вказані зміни дозволили, хоча неефективно і з великими втратами, шляхом створення умов для врівноваження попиту та пропозиції на працю, товари, послуги, інвестиції, гроші, започаткувати використання механізмів, властивих ринковій економіці. Це привело до зміни структури витрат в економіці, які за всіма ознаками вже є. Водночас задіяні механізми могли надати тільки початковий поштовх для заміни існуючих стереотипів і механізмів планово-розподільного характеру щодо задоволення потреб у товарах, послугах, інвестиціях на ринкові. Однак, більшість із наведених складових залишилися розвинутими недостатньо, оскільки вони мають за своєю природою переважно довготривалий період становлення та розвитку.

Цілі ідеологічної трансформації не відповідали реальним, а відсутність чіткого розуміння процесів, що протікали, призвели до того, що терміни, які використовуються для їх опису та визначення - стали етимологічно спотвореними. І натепер, механізм дії закону попиту та пропозиції на ринку ресурсів, що функціонує в умовах монополюльно олігархічної моделі відносин, – деформований відповідно до ринкового визначення, на ринку ресурсів домінують лише визначені учасники, які монополюльно отримують доходи з лобюванням своїх інтересів на всіх рівнях. Отже, ми отримуємо

відповідний дисонанс під час використання ринкових дефініцій, оскільки вони змінюють свій зміст згідно до преференцій відповідних структур.

Висновки. Стаття має як теоретичне так і практичне значення, а представлені результати можуть бути використані у подальшому дослідженні особливостей функціонування ринку ресурсів. Наукова новизна одержаних результатів полягає у визначенні та аналізі особливостей формування попиту та пропозиції на вітчизняному ринку ресурсів. Доведено, що за сучасних умов оперувати дефініціями, які визначають механізм дії закону попиту та пропозиції на ринку ресурсів - змістовно некоректно, оскільки, ми спостерігаємо невідповідність між реальними та декларованими умовами його розвитку і становлення. Поряд з цим, під час проведеного дослідження у автора постала низка питань, яка надає можливість визначити тематику подальших наукових досліджень, а саме: право власності на ринку ресурсів (повне або часткове); взаємозалежність ресурсів (визначення ефективності використання кожного фактора виробництва у кінцевому результаті, незалежно від інших факторів); відмінність між ринком праці та робочої сили.

Література:

1. Андрищенко А. М. Економічна теорія: Навч. посіб./ А. М. Андрищенко, Бурляй А. П. та ін.– К.: Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.;
2. Бібліотека Економіста. Основи економічних знань [Електронний ресурс] // Бібліотека Економіста. – Режим доступу: <http://library.if.ua>
3. Большой экономический словарь: 25000 терминов / Под ред. А.Н. Азрилияна. - 7-е изд., доп. – М.:Институт новой экономики, 2007. – 1472 с.
4. Геєць В., “Довгострокові умови та фактори розвитку економіки України” / В. Геєць. / Економіст. – №3. – 1999. – с.21-23;
5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: ...С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.
6. Лапин Н. И. Проблемы социокультурной трансформации / Н.И. Лапин. // Вопросы философии: Науч.-теорет. журн. / РАН. Президиум. Институт философии; В.А. Лекторский (гл.ред.). – 2000. – № 6. – С. 3-17.
7. Лукинов І. До питання про концепцію і модель сучасного економічного розвитку України / І. Лукинов. // Економіка України: Політико- екон. журн. / НАНУ . Міністерство економіки України . Міністерство фінансів України; І.І. Лукинов (гол.ред.). – 2001. – №6. – С. 4-9.
8. Михальченко Н. Украинское общество: трансформация, модернизация или лимитроф Европы? / Н.И. Михальченко. НАН Украины; Институт социологии {Киев}; АПН Украины; Институт высшей школы {Киев}. – К., 2001. – 440с.
9. Рощина Н.В. Управління витратами в системі оцінки ефективності діяльності промислових підприємств / Н.В. Рощина // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2014. – № 11., – С.216-221.

References:

1. Andriuschenko A. M. Ekonomichna teoriia: Navch. posib./ A. M. Andriuschenko, Burliaj A. P. ta in.– K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2009. – 520 s.;
2. Biblioteka Ekonomista. Osnovy ekonomichnykh znan' [Elektronnyj resurs] // Biblioteka Ekonomista. – Rezhym dostupu: <http://library.if.ua>
3. Bol'shoj jekonomicheskij slovar': 25000 terminov / Pod red. A.N. Azrilijana. - 7-e izd., dop. – M.:Institut novoj jekonomiki, 2007. – 1472 s.
4. Heiets' V., “Dovhostrokovy umovy ta faktory rozvytku ekonomiky Ukrainy” / V. Heiets'. / Ekonomist. – №3. – 1999. – s.21-23;
5. Ekonomichna entsyklopediia: U tr'okh tomakh. T. 1. / Redkol.: ...S. V. Mochernyj (vidp. red.) ta in. – K.: Vy-davnychj tsentr “Akademiia”, 2000. – 864 s.
6. Lapin N. I. Problemy sociokul'turnoj transformacii / N.I. Lapin. // Voprosy filosofii: Nauch.- teoret. zhurn. / RAN. Prezidium. Institut filosofii; V.A. Lektorskiy (gl.red.). – 2000. – № 6. – S. 3-17.
7. Lukinov I. Do pytannia pro kontseptsiiu i model' suchasnoho ekonomichnoho rozvytku Ukrainy / I. Lukinov. // Ekonomika Ukrainy: Polityko- ekon. zhurn. / NANU . Ministerstvo ekonomiky Ukrainy . Ministerstvo finansiv Ukrainy; I.I. Lukinov (hol.red.). – 2001. – №6. – S. 4-9.
8. Mihal'chenko N. Ukrainское obshhestvo: transformacija, modernizacija ili limitrof Evropy? / N.I. Mihal'chenko. NAN Ukrainy; Institut sociologii {Kiev}; APN Ukrainy; Institut vysshej shkoly {Kiev}. – K., 2001. – 440s.
9. Roschyna N.V. Upravlinnia vytratamy v systemi otsinky efektyvnosti diial'nosti promyslovykh pidprijemstv / N.V. Roschyna // Ekonomichnyj visnyk NTUU «KPI». – 2014. – № 11., – S.216-221.

Яловий Г. К.доктор економ. наук, професор
Національний технічний університет України «КПІ»

ТЕОРІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

ТЕОРИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

THE HUMAN CAPITAL THEORY AS THE METHODOLOGICAL BASE OF INNOVATION SYSTEM FORMATION

На основі аналізу робіт представників класичної політичної економії, неокласичної та інституціональної теорій визначено передумови формування людського капіталу як наукової концепції. Розкрито ключові концептуальні положення теорії людського капіталу, а також виділено методологічні основи цієї концепції, що полягають, зокрема, у використанні принципів раціональності, синергізму, методологічного індивідуалізму. Зважаючи стратегічну мету людських ресурсів у забезпеченні конкурентоспроможності економіки України, зроблені висновки, що теорія людського капіталу являє собою методологічну основу управління інноваційною діяльністю, яка забезпечить підвищення конкурентоспроможності України в умовах глобалізації.

Ключові слова: теорія людського капіталу, відтворення і розвиток людського капіталу, освіта, конкурентоспроможність, закон Стівенсона-Уайдлера, інноваційна політика, інноваційна система, відкриті інновації.

На основе анализа работ представителей классической политической экономии, неоклассической и институциональной теорий определены предпосылки формирования человеческого капитала как научной концепции. Раскрыты ключевые концептуальные положения теории человеческого капитала, а также выделены методологические основы этой концепции, которые заключаются, в частности, в использовании принципов рациональности, синергизма, методологического индивидуализма. Учитывая стратегическую цель человеческих ресурсов в обеспечении конкурентоспособности экономики Украины, сделанные выводы, что теория человеческого капитала является собой методологическую основу управления инновационной деятельностью, которая обеспечит повышение конкурентоспособности Украины в условиях глобализации.

Ключевые слова: теория человеческого капитала, воссоздания и развитие человеческого капитала, образование, конкурентоспособность, закон Стивенсона-Уайдлера, инновационная политика, инновационная система, открытые инновации.

Based on the classic politeconomists, neoclassics and institutionalists groundwork analysis, there were defined the preconditions of the human capital theory forming as a science concept. The human capital theory main conceptual statements were uncovered and its methodological bases, consisting, as well, of rationality, synergy and methodological individuality principles application, were distinguished. Considering the strategic purpose of human resources in procurement of Ukraine's economy competitiveness, there was concluded that, the human capital theory could be displayed as the methodological base of innovation activity regulation in the light of the state competitiveness improvement.

Key words: human capital theory, reproduction and development of human capital, education, qualification, competitiveness, innovation policy, Stevenson-Wydler Act, innovation system, open innovation.

Вступ. В сучасних умовах господарювання конкурентоспроможність підприємств України в цілому на світовому ринку може бути вирішена тільки стабільними темпами переходу до інноваційної моделі економіки, яка набуває новий вигляд, тому що в її структурі визначальною стає не матеріально-споживча вартість капіталу, а інтелектуальна власність. Центральне місце у такій системі займає людський капітал. Як економічна концепція теорія людського капіталу акцентує увагу на необхідності інвестування в людину та розвиток її здібностей для забезпечення основи стійкого економічного зростання. Виділення фактора «людський капітал» дає можливість ідентифікувати принципово важливе джерело економічного зростання, яким є знання і компетенція, і відповідно, позитивно визначити економічну роль освіти, науки, охорони здоров'я та інших нематеріальних галузей людської діяльності, які до цього розглядалися як невиробничі. Теорія людського капіталу означає не тільки усвідомлення вирішальної ролі людини у економічній системі суспільства, але й призначення необхідності інвестування у людину, яка збільшує свої виробничі можливості, тобто сприяти розвитку його як працівника. Основним видом таких інвестицій є витрати на освіту (загальну і спеціальну), формальне навчання, його професійну підготовку за місцем роботи. Дослідження продуктивних сил людини, визначення можливостей спрямування її здібностей для збільшення добробуту та національного багатства є сьогодні актуальними завданнями економічної науки.

Проблеми розвитку людського капіталу досліджені в роботах західних вчених Г. Беккер, Х. Боу-ен, Дж. Кендрік, Дж. Мінцер, Л. Туроу, Т. Шульц, І. Фішер тощо. Серед російських вчених треба відмітити праці О. Добриніна, С. Дятлова, С. Курчанського, Р. Нуреєва, Р. Капелюшнікова, М. Критського, Є. Циренова та інших. Значних результатів у дослідженні ролі та проблем формування людського капіталу досягли українські вчені серед яких В. Антоноук, Д. Богиня, О. Бородіна, З. Варналій, О. Грیشнова, В. Геєць, О. Лібанова, Л. Лісогор, Л. Семів, Л. Тертична, О. Шевчук та інші. Західні дослідники заклали базові і методологічні засади проблеми, а вітчизняні – розширили світовий досвід на рівні застосування, формування та відтворення людського капіталу у рамках національної економіки.

В зв'язку з цим набуває актуальність дослідження сукупності не уречевлених факторів в умовах економічного зростання – навчальних, інтелектуальних, інформаційних, організаційних, мотиваційних ресурсів, погляд на людину як на головний забезпечуючий та якісно невичерпаний ресурс економічного зростання нового типу, а також як ціль цього зростання. Сучасне бачення поступового суспільного розвитку відводить людині центральне місце у процесі економічного відтворення, виходячи з того, що людина як особистість є і вхідним, і кінцевим пунктами соціально-економічного розвитку.

Постановка завдання. Метою даної статті є виявлення особливостей теоретичних підходів до визначення суттєвості людського капіталу, яка розглядає людей як засіб зростання інноваційної економіки, відмінно від концепції людського розвитку, де люди – основна ціль процесу.

Методологія. Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, серед яких необхідно виділити такі: методи аналізу та синтезу, діалектичний, системний – для дослідження теоретичних основ людського потенціалу; метод структурного функціонального аналізу – для розробки механізму формування та використання фінансового потенціалу інвестицій в інноваційну діяльність.

Результати дослідження. В сучасних умовах ідея про зростаючу роль людського капіталу в розвитку змісту й динаміки національної інноваційної системи стає визначальною для розуміння змін, які відбуваються в світовій і національній економіці. Це відображено в документах ООН, щодо міжнародного стандарту в зведених показниках для визначення національного багатства, в яких людський капітал визначається як основний конкретно історичний економічний феномен соціально-економічного й науково-технічного суспільного прогресу. За даними Всесвітнього банку і Програми розвитку ООН сьогодні на планеті накопичені матеріальні блага складають тільки 16 % суспільного надбання, природні багатства – 20 %, людський капітал – 64 %. У національному багатстві розвинених країн людський капітал дорівнює від 70 % до 80 %. Внаслідок теорії людського капіталу укладання в людину сьогодні розглядається як джерело економічного зростання проти «звичайних» капіталовкладень. Встановлено, що протягом ХХ ст. накопичення людського капіталу випереджали темпи накопичення фізичного капіталу. За розрахунками американського вченого Е. Денісона приріст душевого доходу у США за час післявійськового періоду був на 15-30 % обумовлений підвищенням рівня освіти робочої сили.

За даними програми розвитку ООН індекс розвитку людського потенціалу в 2013-2014 рр. за рейтингом для розвинених країн складав 0,884 - 0,917, Україна за цим індексом посідала 83 місце з 185 країн, з рейтингом 0,734, Росія – 57 місце, з рейтингом – 0,778. Варто зауважити, що відповідно індексу глобальної конкурентоспроможності країн світу у 2014 р. Росія займала 53 місце з індексом 4,4, Україна 76 з індексом 4,1 із 144 країн світу з min. індексом 2,8. Україна за інноваційною діяльністю (ефективність інновацій) у рейтингу країн випереджала Росію на 35 рангів (Україна 14 місце з рейтингом 0,90, Росія, відповідно 49, рейтинг – 0,79) [1, – с.].

В економічній науці розвиток парадигми «людський капітал» являє собою процес нагромадження знання та наукових поглядів, виправдано можна віднести до епохи зародження капіталізму. Ця теорія, насамперед, пов'язана з науковими працями Уільяма Петті, Адама Смітта й Давіда Рікардо. Англійський статистик і економіст Уільям Петті першим зробив кількісне вимірювання людського капіталу, під яким він розумів живі діючі сили людини і пропонував їх вважати складовою частиною національного багатства країни, а також цінність основної маси людей, як і землі, рівна двадцятикратному річному доходу, який вони приносять [1, с. 82, 171]. Адам Сміт стверджував, що «праця була первісною ціною, загальною сумою, яка сплачена за усі речі. Ні золото чи срібло, а тільки праця була сплачена за усі нагромаджені багатства світу» [2, с. 38]. Д. Рікардо у роботі «Початок політичної економії і податкового обкладання» також розглядає загальний набір витрат на створення людського капіталу. Він підкреслював роль освіти у формуванні багатства нації: саме нестачею освіти у всіх шарах населення він роз'яснює різний рівень розвитку країн. Д. Рікардо вважав, що як і усі інші речі, труд має свою природну і свою ринкову ціни. Природна ціна праці – це та, яка необхідна, щоби робітники мали засоби існування, а також до продовження свого роду. Він стверджував, що з прогресом суспільства природна ціна праці має тенденцію підвищуватися. Ринкова ціна – це та, яка дійсно сплачується за неї відповідно до природної дії пропозиції до попиту (праця цінна, коли її мало й дешева, коли її удосталь) [3, с. 449].

Відомий український вчений М.І. Туган-Барановський відзначив своєрідність робочої сили як товару, який відрізняється від усіх інших товарів: «Решта товарів представляють зовнішні продукти або засоби господарської діяльності людини. Робоча сила людини це сама людина, тобто не об'єкт, а суб'єкт господарства» [4, с. 400].

Д.І. Менделєєв закарбував: Освіта є благопридбаний капітал, який відповідає витратам часу і праці та накопиченню людської мудрості [5, с. 239].

Засновник кембріджської школи Альфред Маршалл допускав, що оцінка капітальної вартості людини може бути необхідна для досліджень праці. Йому належить ствердження, що саме корисний капітал це той, який вкладений в людські творіння. Вчений полягав, що хороша освіта принесе більше користі навіть звичайному працівнику. Він слушно спостерігає, що «доцільні витрати державних і приватних інвестицій на освіту не потрібно вимірювати лише безпосередньо практичними результатами. Економічна користь від використання значного промислового відкриття достатня до покриття витрат на освіту цілого міста» [6, с. 246].

Як самостійний напрямок економічного дослідження «теорія людського капіталу» була сформована тільки в 50-60-ті роки двадцятого століття завдяки роботам представникам «чикагської школи» Т. Шульца та Г. Беккера, Б. Вейсброда, Дж. Мінцера та інших. Термін «людський капітал» винайшов в 1960-х роках відомий американський економіст Теодор Шульц, лауреат Нобелівської премії 1979 р., щоби виразити вартість людського потенціалу. Т. Шульц показав, що людська здатність є однією із форм капіталу. Він доводив, що в людський капітал, як в любий капітал можна здійснювати інвестиції. Як зазначає вчений у статті «Investment in Human Capital», «відмова розглядати людські ресурси як форму капіталу, як вироблені засоби виробництва, як результат інвестицій, сприяла збереженню класичного поняття праці, як можливості робити ручну роботу, що потребує небагато знань і навичок, можливостей, якою відповідно до цього поняття робочі наділені приблизно однаково» [7, с. 3]. Обґрунтовуючи необхідність інвестування у людський капітал для отримання доданої вартості у майбутньому, Т. Шульц концентрує увагу на п'яти основних напрямках: 1) медичні установи та послуги, включаючи всі витрати, які впливають на тривалість життя, витривалість, силу та життєздатність людей; 2) навчання за місцем роботи; 3) формальна освіта на початковому, середньому та вищому рівнях; 4) програми навчання, зокрема, в сільському господарстві; 5) міграція людей і сімей, щоби пристосуватися до зміни робочих місць. Крім освіти, зауважує Т. Шульц, треба і витрати в цю діяльність відносити до людського капіталу [7, с. 9]. За поглядом вченого, людські ресурси подібно, з одного боку, природним ресурсам, а з другого – матеріальному капіталу. Після народження людина, як і природні ресурси, не приносить ефекту. Тільки після відповідної «обробки» людина набуває якість капіталу. Тобто із зростанням витрат на підвищення якісного стану робочої сили праця як фактор поступово перетворюється в

первинний людський капітал. Т. Шульц стверджував, що людський капітал – це форма капіталу, через те, що слугує джерелом майбутніх заробків або майбутніх задоволень. А людським він становиться тому, що він є складовою частиною людини. Т. Шульц обґрунтував необхідність здійснення інвестицій в навчання та освіту, що сприятиме підвищенню рівня продуктивності праці працівників і, відповідно, збільшенню добробуту суспільства.

Концепцію людського капіталу Шульц використовував для аналізу і обґрунтування перспектив зростання країн. Він один із перших розрахував величину людського капіталу для США у 1961 р. На його думку основними результатами інвестицій в людину – є накопичення здібностей людей до праці, їх ефективну творчу діяльність в суспільстві, підтримання здоров'я тощо. Він вбачав, що людський капітал володіє необхідними ознаками продуктивного характеру, який здатний нагромаджуватися та відтворюватися. За оцінками Т. Шульца, з виробленого в суспільстві валового продукту на накопичення людського капіталу використовується вже не частини, як це впливало з більшості теорій відтворення ХХ ст., а його загального розміру.

Мікроекономічний фундамент теорії людського капіталу був закладений лауреатом Нобелівської премії (1992 р.) Гаррі-Стенлі Беккером, який теоретично довів, що людський капітал є економічна категорія; виділив спеціальні та загальні інвестиції в людину; здійснив статистичний розрахунок економічної ефективності освіти; виконав перехід до загальних показників, що охоплюють весь життєвий цикл людини; виділив інвестиційні складові у поведінці агентів на ринку праці; ввів поняття «спеціальний людський капітал», який впливає на заповнення вакансій робочих місць і внутрішнього пересування за службою; отримав кількісні оцінки рентабельності вкладів в людину і порівняв їх з фактичною рентабельністю фірм США, що дозволило конкретизувати та розширити представлення інвестицій в людський капітал (у США в 60-і роки ХХ ст. рентабельність освіти на 10-15% перевищувала рентабельність інших видів комерційної діяльності); обґрунтував необхідність визнання людського часу як ключового економічного ресурсу; пояснив структуру розподілу особистих доходів вікової динаміки заробітків, нерівності в оплаті чоловічої і жіночої праці тощо.

Г. Беккер, що особливо вагомо для реалізації соціальної політики, сформулював універсальну модель розподілу особистих доходів населення, яка ґрунтується на розподілі попиту й пропозиції інвестицій залежно від доходу сімей й природних здібностей шкільної молоді. З цього Беккер робить висновок, що родини, які залишають спадщину відраховують інвестиції в людський капітал в оптимальному розмірі, проти тих родин, які не залишають спадщини, частіше за все недоінвестують у їх навчання.

Ідеї, які закладені вченими у теорію людського капіталу, вплинули на переорієнтацію соціально-економічної політики держави. Завдяки цієї теорії змінились відносини суспільства до інвестицій у формування людини. У них навчилися бачити інвестиції, по-перше, які забезпечують виробничий, до того ж довгостроковий за своїм характером ефект. Це сприяло на теоретичне обґрунтування прискореного розвитку освіти і підготовки кадрів у значних країнах світу. По-друге, соціальні програми почали розглядатися як ефективна боротьба з бідністю, завдяки перерозподілу доходів. Слід зазначити, що на тлі багатьох країн світу відносні показники бюджетних видатків на систему освіти України (в середньому 7,3% ВВП) виглядають непогано. Наприклад, у США цей показник у 2010 р. дорівнював 5,49% ВВП, у Німеччині – 5,08%, в Італії – 4,5%, у Японії – 3,85% ВВП. Утім аналіз урядових видатків на освіту в грошовому виразі дає дещо іншу картину. У 2010 р. бюджетні видатки на освіту в Україні становили 10,78 млрд. дол. США, тоді як у США – 600,8 млрд. дол., у Японії – 125,8 млрд. дол., у Німеччині – 120,5 млрд. дол. Отже, Україна витрачає на освіту в 60 разів менше, ніж США, або в 12 разів менше ніж Японія чи Німеччина. Як результат середньорічні видатки на одного українського студента, що навчався за бюджетні кошти в 2010/2011 навчальному році, становили близько 2270 євро, тобто 51% таких видатків. У Естонії, котра має найменший показник серед країн-членів ЄС або 28% середнього по ЄС показника. Крім того, залишається низьким рівень оплати праці викладачів ВНЗ. Наприклад, український викладач у столиці отримує близько 4 тис. євро на рік, а в регіонах – лише близько 2,5 тис. євро [8, с. 84]. Не дивлячись на пафосні заяви щодо турбот за вчителями, їх заробітна плата залишається дуже низькою, а витрачає годин за рік більше. Наприклад, в Україні заробітна плата 3,6 тис. дол. США (навантаження – 880 год./рік); Швейцарія – 67 тис. дол. (750 год./рік), Німеччина – 65 тис. дол. (714 год./рік), Франція – 37 тис. дол. (618 год./рік), Чехія – 20 тис. дол. (750 год./рік), Фінляндія – 40 тис. дол. (550 год./рік), Росія – 5,1 тис. дол. (845 год./рік) [9, с.3].

Зростаюча роль людського капіталу у розвитку змісту й динаміки професійної праці суспільного виробництва стає визначною для порозуміння радикальних змін, які відбуваються у світовій та національній економіках. Це відображено в документах ООН, де пропонується

міжнародний стандарт: «індекс розвитку людського капіталу», який свідчить щодо рівня життя, грамотності, освіченості і тривалості життя. Через це закономірно, що в Україні, яка знаходиться на етапі формування і розширення передумов постіндустріального суспільства економісти і вчені проводять активні дослідження за проблемою відтворення і розвитку людського потенціалу, особливостей його проявлення та функціонування в господарській діяльності. Не дивлячись на те, що історичні пріоритети в розробці теорії людського капіталу належать західній економічній думці, сучасна українська наука має свої незаперечні результати в дослідженні цієї проблеми. Людський капітал в українській економічній думці розглядається як конкретно-історичний феномен. Його суттєвими ознаками становляться дійсна спроможність відтворювати умови особистої свідомості індивіду, який охоплює як матеріально-речовинні, так і духовні блага, незалежно від того, виражені вони у вартісній формі або схожу можливість вони утримують у потенції. Людський капітал є самовідтворювальною і репродуктивною категорією, під яким, розуміється втілений в людині запас здібностей, знань, навиків і мотивацій. Його формування подібно накопиченню фізичного або фінансового капіталів, потребує відтворення засобів від поточного споживання для отримання додаткових доходів у майбутньому. До важливих видів людських інвестицій відносять освіту, кваліфікаційну підготовку на виробництві, міграцію, інформаційний пошук, народження і виховання дітей. Людський капітал в економічних публікаціях розглядається в якості базового інноваційного джерела і ресурсу модернізації виробництва і економіки. При цьому підкреслюється, що особистість перетворює свої якості у капітал тільки при умовах самозростання його професійних знань разом із здійсненням творчої праці, реалізації розроблених інновацій. В цей капітал правомірно включаються процеси створення і реалізації нових ідей і наукових досягнень, освоєння знань і професій, підвищення кваліфікацій, реалізації нової техніки і технологій. В інноваціях проявляється економічна і соціальна активність людського капіталу. Тому, людський капітал завжди представляє міру можливостей людини надавати особистий дохід через раціональне і послідовне використання у процесі трудової діяльності накопиченого потенціалу часу.

Кваліфіковані робітники, які необхідні сучасній інноваційній економіці, повинні не тільки розбиратися добре в техніці та технологіях, методах управління, але й також володіти інноваційними спроможностями, тобто вміти самостійно створювати інновації у процесі роботи, знаходити нове в зовнішньому світі у досвідах інших компаній, у відкриттях, винаходах та своєчасно використовувати все це у своїй компанії. Таким чином, важливою умовою діяльності таких робітників є їх здатність до інноваційного мислення та інноваційного стилю трудової діяльності, тобто вміння постійно генерувати творчі ідеї та приймати нестандартні позитивні технічні рішення. Природно, вихідними показниками інноваційних здатностей робітників є рівень їх професійної освіти і кваліфікації. Тому в засобах кадрового забезпечення робітників покладено механізм державного управління як процесом підготовки персоналу у плані освіти відповідно до потреб інноваційних процесів в економіці, так і процесом безперервного розвитку персоналу в зв'язку з розробкою та впровадженням інновацій на підприємствах. Тільки в цьому випадку будуть вирішені проблеми забезпечення економіки оптимально збалансованим за кількістю та якістю висококваліфікованим персоналом, а також формування в Україні інтелектуальної еліти, яка може вирішувати задачі, що стоять перед суспільством. Тому можна стверджувати, що людський капітал – це видима частина інтелектуального капіталу. Звідси виникають і нові вимоги до якості персоналу: цінується вміння отримувати та аналізувати інформацію з різних джерел, стимулюється адаптивність та креативність мислення співробітників, їх підприємницька спроможність та залученість, вміння працювати в командах та розвивати проектну діяльність, що безумовно буде відображатися на вдосконаленні інноваційної системи.

Вперше поняття «національна інноваційна система» в економічній літературі була запроваджена в 1987 р. Крисом Фримером вченим «Центру досліджень наукової політики» Сассекського університету, який провів дослідження формування технологічної політики Японії. Пізніше в 1992 р. датський вчений Б. Лундвалл опублікував дослідження з національної системи інновацій.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 червня 2003 р. № 680-Р була схвалена концепція розвитку національної інноваційної системи, яка орієнтувала розвиток економіки України за інноваційною моделлю розвитку. Відповідно до розпорядження, національна інноваційна система визначає взаємовідносини держави з недержавними корпоративними і приватними суб'єктами, які виробляють, розповсюджують, впроваджують та потребують інноваційні продукти та технології. Концепція національної інноваційної системи визначається економічними відносинами і зв'язками між агентами і інституціональними структурами, які обумовлені стадією становлення постіндустріального суспільства, в основі якого – інформаційні системи, високо розвинуті виробничі технології, які є результатом новітніх фізико-технічних і біологічних принципів. Вона включає як кон-

кретних учасників інноваційного процесу, так і набір спеціальних умов, факторів, методів і принципів організації і стимулювання інноваційної діяльності.

Інноваційний попит, інновації і розвиток технологій є результатом таких взаємодій, при яких інноваційна ефективність економіки залежить від того, як організована така взаємодія в рамках формування і інституалізації системи, створення знання і інноваційного розвитку, а також від того, які технології використовуються. Разом з тим, інноваційна ефективність обумовлена взаємодією і взаємозалежністю національної системи і інноваційного попиту в тому чи іншому інституціональному середовищі. Розвиток техніки і технології впливає на культурні і суспільно-соціальні процеси. Все більш глибоким стає розуміння того, що соціально-економічні цілі в сучасних умовах можуть бути реалізовані тільки через інноваційний тип розвитку. Інноваційні досягнення повинні відповідати двом характеристикам: забезпечувати кількісний «стрибок» ефективності і якісні зміни її структури; формувати новий засіб задоволення існуючих або щойно виникаючих потреб.

Проте, ключовим моментом в інноваційній реорганізації національної економіки є пошук джерел фінансування для здійснення координації і стимулювання інноваційної діяльності усіх учасників інноваційного процесу, як власників інвестиційних ресурсів, так і виробників кінцевої продукції для внутрішнього і зовнішнього ринків. Інвестиційна політика, яка визначає пріоритети інвестиційних видатків зведеного бюджету за умов оптимізації інноваційних проектів, що фінансуються за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів, сприятиме, по-перше, підвищенню ефективності бюджетних видатків, а по-друге, стимулює процеси виробництва та створює надійне підґрунтя для розвитку реального сектору економічного зростання та забезпечення фінансової стійкості України.

На сьогодні в Україні понад 50 % капітальних інвестицій фінансується за рахунок власних коштів підприємств. Велике значення для фінансування інвестицій має позиковий капітал (понад 15 %). Державне фінансування інвестицій в Україні становить всього 6-7 % загального обсягу інвестицій за результатами останніх років. Щодо обсягу іноземного інвестування, то їх частка не перевищує 3 % загального обсягу інвестицій у основний капітал (табл. 1).

Таблиця 1

Капітальні інвестиції за джерелами фінансування в Україні у 2010-2013 рр., %

Джерело фінансування	2010	2011	2012	2013
Державний бюджет	5,8	7,1	5,8	2,4
Місцеві бюджети	3,4	3,4	3,1	2,7
Власні кошти підприємств	60,8	58,6	59,7	63,8
Кредити банків та інші позики	12,3	16,3	17,1	15,3
Кошти іноземних інвесторів	2,1	2,8	1,7	1,8
Інші джерела	15,6	11,8	12,6	14,0

Джерело: складено за даними Державної служби статистики (<http://www.ukrstat.gov.ua>).

Концептуальні засади цієї політики вперше ґрунтовно розглянуто і сформовано на конференції ООН із торгівлі та розвитку (UNCTAD) 2012 р. Метою такої політики на національному рівні є прискорення економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, шляхом досягнення синергетичного ефекту від проведення інноваційної діяльності та реалізації стратегії розвитку окремих галузей національної економіки.

Успішне рішення проблеми створення і реалізації інноваційної системи значною мірою залежить від вивчення і запозичення досвіду високо розвинутих країн, наприклад, США. В 1980 р. конгрес США прийняв закон Стівенсона-Уайдлера «Про технологічні інновації». Метою даного закону є формування політики підвищення економічного, екологічного і соціального добробуту США шляхом:

- визначення інноваційної інфраструктури для вивчення технологій і стимулювання їх створення;
- сприяння розвитку технологій за допомогою створення наукових центрів сучасних досліджень;
- стимулювання підвищення використання розробок інноваційних, науково-технологічних рі-

шень, які включають винаходи, програмне забезпечення і навчальні технології та фінансуються з державного бюджету на загальнодержавному, місцевому рівнях та приватному секторі;

- підтримання признання заслуг приватних суб'єктів і компаній, які зробили визначний вклад в розвиток технологій;

- проведення ротацій наукового і технологічного персоналу поміж університетами, промисловими і федеральними лабораторіями.

В законі Стівенсона-Уайдлера ставиться задача створення спеціального державного механізму управління інноваціями на довгостроковий період і обґрунтовані також основних складових цього механізму управління. Необхідно підкреслити, що дана ідея має наукову і практичну значимість і може бути використана для формування національної інноваційної політики. До якої треба віднести:

- спеціальну структуру управління інноваційною інфраструктурою, яка включає єдиний технологічний ланцюжок;

- спеціальну інформаційну службу наукових досягнень;

- центри спільних наукових досліджень;

- спеціальну структуру по політичному, національному та техніко-економічному контролю і аналізу реалізації інновацій з метою оцінки впливу їх на конкурентоспроможність країни.

В цілому, успішний світовий досвід формування ефективної інноваційної системи характеризується такими рисами:

- переформування традиційної лінійної моделі створення інновацій в ланцюгу «наукові дослідження – трансфер знань і технологій – інновація» до нелінійної моделі, яка передбачає складну систему взаємозалежностей вказаних елементів і орієнтацію інновацій не тільки на національний ринок, а й на глобальний;

- сприйняттям бізнесу, який виступає системним інтегратором науково-технологічних і інвестиційних розробок, у процесі реалізації інноваційних проектів та, відповідно, підвищенням рівня інституцій, які забезпечують інтереси в інноваціях;

- врахуванням національних особливостей економічного і соціально-історичного розвитку країни, які формують національну інноваційну систему, структура якої постійно транспортується відповідно новим реаліям, потребам і можливостям.

Нова парадигма в західних країнах в управлінні інноваціями вперше запропонована у 2003 році Г. Чесбро, професором каліфорнійського університету, ґрунтується на необхідності компаній відкривати інноваційні процеси для того, щоб використовуючи як внутрішні так і запозичені знання і технології, отримувати додаткову користь і перевагу [10]. Професор Г. Чесбро визначає відкриті інновації як використання внутрішніх і зовнішніх потоків знань з метою прискорення інноваційних процесів та розширювання ринків для передачі інновацій [11, с. 1].

Власне тому більшість компаній на сьогоднішній день почали використовувати практику відкритих інновацій (табл.2), сутність яких проявляється в тому, що інноваційний процес відбувається в рамках міжкорпоративних взаємозв'язків. Великі компанії виступають ініціаторами створення мережі знання, залучаючи для цього університети, незалежні приватні лабораторії, державні наукові структури тощо, а самі стають їх головною і домінуючою ланкою.

Таблиця 2

Використання відкритих інновацій [12, с. 79]

Види інноваційних компаній	%
1. Питома вага компаній, які здійснюють інноваційну діяльність за методом відкритих інновацій	42
2. Питома вага компаній, які здійснюють наукові дослідження власними силами	49
3. Питома вага компаній, які фінансують проведення наукових досліджень і розробок сторонніми структурами	21
4. Питома вага компаній, які здійснюють придбання знань у формах ліцензій, винаходів, патентів тощо.	24

Узагальнюючи досвід розвинутих країн світу можна констатувати, що в умовах глобальної конкуренції на світовому ринку виграє не тільки той, хто має перспективні наукові запаси, але й той, хто володіє і використовує найбільш ефективний механізм інноваційної діяльності й розвиває ефективну інноваційну систему (насамперед розвинуту інноваційну інфраструктуру). Основними елементами інноваційної інфраструктури є технопарки, венчурні фонди, центри колективного користування, трансфер технологій, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні та ліцензійні центри, структури бізнес-навчання тощо. В ідеальному вигляді інноваційна економіка повинна базуватися на пропорційному збалансованому розвитку фундаментальної і прикладної науки, вищої освіти й наукоємної промисловості. Власне так вона формується сьогодні на рівні розвинутих країн і міждержавних угруповань.

Висновки. За результатами проведеного дослідження встановлено, що сучасна інноваційна модель економіки набуває нову форму: в її структурі визначною стає не матеріальна, а інтелектуальна власність. Провідна роль відводиться науково-технічному потенціалу, системі науково-дослідних розробок. Центральне місце в цій моделі займає людський капітал з його ідеями і можливостями, а інноваційні процеси змінюють не види діяльності, а їх технологічну можливість використовуючи в якості прямої продуктивної сили головну особливість людини – спроможність генерувати нове знання. Заміщення праці знаннями означає перехід від технічних навиків до інтелектуальних. Матеріальне виробництво в результаті технічних перетворень переміщується на другий план, а пріоритетним стає інформаційний сектор, де інформації і знання перетворюються в провідну продуктивну силу, вирішальний фактор виробництва. В постіндустріальному суспільстві у результаті перетворень на зміну теорії трудової вартості приходить теорія вартості, яка створюється знаннями, пов'язаною з інноваціями, новаторством, впровадженням в процес виробництва досягнень НТР.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в обґрунтуванні змісту економічної категорії «людський капітал», як цілісного багатогранного явища, яке має структурно-функціональну форму організації, адекватне постіндустріальному стану суспільства інноваційної моделі економіки. Людський капітал – форма організації функціонування і розвитку продуктивних сил людини, яка включена в систему соціально-орієнтованої ринкової економіки в якості вирішального елемента суспільного відтворення і провідного фактора економічного зростання. Він включає знання, запас інформації, вміння, навички, досвід, професіоналізм, фізичне і духовне здоров'я, освіту, природні особливості і таланти, духовні якості, потенційні можливості, здатність людини до участі у процесі виробництва, яка у процесі взаємодії з іншими робітниками підприємства позитивно впливають на економічні результати.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що якщо економіка ХХ ст. мала технократичну направленість, то економіка ХХІ ст. – це економіка знань. Не принижуючи можливості матеріальних ресурсів в діяльності підприємств, багато вчених сходяться на тому, що сьогодні капіталізація вартості підприємств формується під значним впливом нематеріальних ресурсів. Сьогодні людина розглядається не просто як індивідум сам по собі, а у соціально-культурному аспекті, діючими у єдиній команді і об'єднаними на добровільних началах, в результаті чого у практиці менеджменту актуальним стає управління людиною як ресурсом. Це означає: відмову від зображення персоналу як дарового блага, яке не потребує витрат з боку адміністрації; усвідомлення проблеми дефіциту висококваліфікованих робітників і боротьба за їх притягнення; індивідуальний підхід до робітника виходячи з спільності інтересів компанії; аналіз та регулювання групових і індивідуальних інтересів, кадрового потенціалу, управління конфліктами, забезпечення вимог психофізіології, ергономіки тощо. Перетворювання робітників у головне джерело добробуту компанії змінює їх положення. Вони стали елементами людського капіталу – головного надбання фірми та умови перемоги у конкурентній боротьбі.

Перспективним напрямком подальших наукових досліджень визначено, що в сучасних умовах головною метою формування і функціонування національної інноваційної системи є процес інтеграції різних за цілями та задачами дослідницьких, виробничих та освітніх структур, які задіяні у сфері створення і промислового використання наукових знань і технологій.

Література:

1. Петти У. Политическая арифметика (1676 г.) / Экономические и статистические работы. – М.: Государственное соц. – экономическое издательство, 1940. – 324 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Изд-во социально-экономической литературы, 1962. – 684 с.
3. Рикардо Д. Начала политической экономии // Антология экономической классики в 2-х т. Т.1. – М.: МП «Эконом», 1993. – 475 с.
4. Туган-Барановский М.И. Основы политической экономии. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 1998 – 664 с.
5. Менделеев Д.И. Заветные мысли – Спб. 1903-1904. – 316 с.
6. Маршалл А. Основы экономической науки. – М.: Эксмо, 2007. – 832 с.
7. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital / Schultz Theodore W. // The American Economic Review. – Vol.51 - №1 (Mar., 1961). - P. 1-17.
8. А.В. Козарезенко. Державно–приватне партнерство як інструмент фінансового регулювання розвитку людського потенціалу. Фінанси України № 2, 2014 р. С.79-93.
9. О. Онищенко. Себе миллиард, школе копейку – Зеркало недели, Украина 17 января 2014 г.
10. Chesbrough H.W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. – Boston, 2003.
11. Chesbrough H.W. New Puzzles and New Findings. In book: Open Innovation: Researching a New Paradigm / Ed. by H.V. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, I. West. Oxford, 2006, P.1.
12. Сидакова С.С. Знания в современной парадигме инноваций / С.С. Сидакова – Вестник московского университета. Сер.6, Экономика, 2010 № 4, с. 79.

References:

1. Petti U. Politicheskaja arifmetika (1676 g.) / Jekonomicheskie i statisticheskie raboty. – М.: Gosudarstvennoe soc. – jekonomicheskoe izdatel'stvo, 1940. – 324 s.
2. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinah bagatstva narodov. – М.: Izd-vo social'no-jekonomicheskoy literatury, 1962. – 684 s.
3. Rikardo D. Nachala politicheskoy jekonomii // Antologija jekonomicheskoy klassiki v 2-h t. T.1. – М.: МР «Jekonov», 1993. – 475 s.
4. Tugan-Baranovskij M.I. Osnovy politicheskoy jekonomii. – М.: Rossijskaja politicheskaja jenciklopedija (ROSSPJeN), 1998 – 664 s.
5. Mendeleev D.I. Zavetnye mysli – Spb. 1903-1904. – 316 s.
6. Marshall A. Osnovy jekonomicheskoy nauki. – М.: Jeksmo, 2007. – 832 s.
7. Schultz Theodore W. Investment in Human Capital / Schultz Theodore W. // The American Economic Review. – Vol.51 - №1 (Mar., 1961). - P. 1-17.
8. A.V. Kozarezenko. Derzhavno–pryvatne partnerstvo iak instrument finansovoho rehuliuвання rozvytku liuds'koho potentsialu. Finansy Ukrainy № 2, 2014 r. S.79-93.
9. O. Onishhenko. Sebe milliard, shkole kopejku – Zerkalo nedeli, Ukraina 17 janvarja 2014 g. Chesbrough H. W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. – Boston, 2003.
10. Chesbrough H.W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Boston, 2003.
11. Chesbrough H.W. New Puzzles and New Findings. In book: Open Innovation: Researching a New Paradigm / Ed. by H.V. Chesbrough, W. Vanhaverbeke, I. West. Oxford, 2006, P.1.
12. Sidakova S.S. Znaniya v sovremennoj paradigme innovacij / S.S. Sidakova – Vestnik moskovskogo universiteta. Ser.6, Jekonomika, 2010 № 4, s. 79.

ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 336.22

Гречко А.В.*канд. економ. наук, доцент**Національний технічний університет України «КПІ»*

АНАЛІЗ ЗМІН ІНСТИТУЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ОПОДАТКУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ТА ЮРИДИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

АНАЛИЗ ИЗМЕНЕНИЙ МЕХАНИЗМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ И ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В УКРАИНЕ

ANALYSIS OF CHANGES IN THE INSTITUTIONAL MECHANISM OF TAXATION OF NATURAL PERSONS AND LEGAL ENTITIES IN UKRAINE

Стаття присвячена дослідженню змін інституційного механізму оподаткування фізичних та юридичних осіб в Україні. Автором було сформовано поняття «інституційний механізм оподаткування фізичних та юридичних осіб» та здійснено ґрунтовний аналіз змін інститутів оподаткування, що були або мають бути запроваджені у зв'язку з ситуацією, що склалася на сьогоднішній день в Україні (основна увага приділена змінам в оподаткуванні податком на прибуток, ПДВ, податком на доходи фізичних осіб та ресурсними платежами), досліджено місце України в міжнародних рейтингах за податковою складовою, виявлені тенденції в розвитку податкової системи України та надано прогноз її подальшого розташування в міжнародних рейтингах. За результатами проведеного дослідження автором було систематизовано зміни інститутів оподаткування та проведено комплексний аналіз перетворень інституційного механізму оподаткування фізичних та юридичних осіб. Таким чином, стаття має практичне значення для розвитку сфери оподаткування і містить вдосконалення теоретичних розробок в галузі розвитку інституту оподаткування.

Ключові слова: податки, інституційний механізм оподаткування фізичних і юридичних осіб, інститути, податок на прибуток, податок на додану вартість, податок на доходи фізичних осіб.

Статья посвящена исследованию изменений институционального механизма налогообложения физических и юридических лиц в Украине. Автором было сформировано понятие «институциональный механизм налогообложения физических и юридических лиц» и осуществлено анализ изменений институтов налогообложения, которые были или должны быть введены в связи с ситуацией, сложившейся в Украине (основное внимание уделено изменениям в налогообложении налогом на прибыль, НДС, налогом на доходы физических лиц и ресурсными платежами), исследовано место Украины в международных рейтингах по налоговой составляющей, выявлены тенденции в развитии налоговой системы Украины и предоставлен прогноз дальнейшего ее расположения. По результатам проведенного исследования автором были систематизированы изменения институтов налогообложения и проведен комплексный анализ преобразований институционального

механизма налогообложения физических и юридических лиц. Таким образом, статья имеет практическое значение для развития сферы налогообложения и содержит усовершенствования теоретических разработок в области развития института налогообложения.

Ключевые слова: налоги, институциональный механизм налогообложения физических и юридических лиц, институты, налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, налог на доходы физических лиц.

The article investigates changes in the institutional mechanism of taxation of natural persons and legal entities in Ukraine. The author, based on research concepts «institution», «institutional mechanism» proposed by a number of specialists was formed concept of «institutional mechanism for taxation of individuals and entities» and performed a detailed analysis of changes in tax institutions that have been or are to be adopted in connection with situation today in Ukraine (main attention is paid to changes in income tax, VAT, tax on personal income and resource payments) investigated Ukraine's place in the international rankings for tax component, and further identified trends in tax system of Ukraine and forecast provided further location in the international rankings. The results of the research the author has been systematically changing the institutions of taxation and a comprehensive analysis of transformations institutional mechanism for taxation of individuals and entities. Thus, the paper is of practical importance for the development of taxation and contains improvements theoretical developments in the field of taxation institute.

Keywords: taxes, institutional mechanism for taxation of individuals and entities, institutions, income tax, value added tax, tax on personal income.

Вступ. Сучасні умови розвитку економічних відносин зумовили виникнення значного інтересу серед науковців та практиків до ролі інститутів в економічному зростанні, а також до розвитку інституційного середовища та формування інституційних механізмів реалізації господарської діяльності. Зважаючи на розмаїття зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування суб'єктів господарювання, навколо кожного з них утворюється безліч як внутрішніх так і зовнішніх інститутів, які формують інституційне середовище. Інституційне середовище здійснює вплив на суб'єктів господарювання через різноманітні інституційні механізми (внутрішній інституційний механізм управління підприємства, ринковий інституційний механізм, інституційний механізм державного регулювання, інституційний механізм оподаткування тощо). В даному дослідженні основну увагу приділено зміні інституційного механізму оподаткування фізичних і юридичних осіб, оскільки саме податки являються одним з основних факторів впливу на ефективність діяльності суб'єктів господарювання і можуть виступати як рушійним механізмом так і відігравати стримуючу роль в їх розвитку. Крім цього, фіскальна функція податків дозволяє наповнювати державний бюджет, а дане питання зважаючи на ситуацію, яка склалася на сьогоднішній день в Україні, стоїть надзвичайно гостро. Дослідження, що проводяться міжнародними організаціями показують, що податкова система України є надзвичайно неефективною, про що свідчать значний рівень податкового тиску, нестабільність податкового законодавства, високий відсоток ухиляння від сплати податків, прогалини в адмініструванні тощо. Звичайно, за умов орієнтації України на Євроінтеграцію, така ситуація в податковій сфері є недопустимою. Саме тому, постійна зміна інституційного механізму оподаткування, спрямована на пошук балансу між платниками податків і державою та узгодження їх інтересів в податковій сфері. Таким чином, питання дослідження змін механізму оподаткування фізичних і юридичних осіб є досить актуальним на сьогоднішній день.

Українські науковці мають певні здобутки в дослідженні системи оподаткування. Серед них можна відмітити наукові праці таких вчених, як: Ю. Б. Іванов [1], Н. В. Мельник [2], Л. Л. Тарангул [2], З. С. Варналій [2], Петрович [3], Л. Б. Рябушка [4], Д. В. Веремчук [4] та інші. Що ж стосується розробки понять «інститут», «інституційний механізм», «інституційне середовище», то доцільно буде виділити таких вчених: Д. Норт [5, 6], Д. Комманс [8], К. Ерроу [9], Л. Абалкін [10] та інші. Однак, зважаючи на сучасні реалії в сфері оподаткування можна зробити висновок про те, що даний напрям дослідження потребує подальшого доопрацювання і розробки з метою удосконалення інституційного механізму оподаткування України і пошуку балансу інтересів платників податків та держави.

Постановка завдання. Метою даної статті є вдосконалення теоретичних розробок в галузі дослідження інституційного механізму оподаткування фізичних та юридичних осіб в Україні та про-

ведення комплексного аналізу його змін. Відповідно до зазначеної мети, в роботі поставлено та вирішено наступні завдання:

- на основі дослідження понять «інститут», «інституційний механізм», запропонованих рядом спеціалістів, сформулювати поняття «інституційний механізм оподаткування фізичних та юридичних осіб»;
- здійснити ґрунтовний аналіз змін інститутів оподаткування;
- дослідити місце України в міжнародних рейтингах за податковою складовою;
- виявити подальші тенденції в розвитку податкової системи України та надано прогноз її подальшого розташування в міжнародних рейтингах.

Методологія. Теоретико-методологічну основу дослідження складають праці провідних вітчизняних та зарубіжних науковців. При проведенні даного дослідження був використаний метод порівняльного аналізу, за допомогою якого проводиться порівняння нових інститутів оподаткування та тих, що існували раніше. На основі методу наукової абстракції з сукупності інституційних механізмів, що впливають на діяльність підприємства виділяється саме інституційний механізм оподаткування та виокремлюються найбільш вагомі його зміни в сплаті ПДВ та податку на доходи фізичних осіб. Також автором був використаний системний підхід та статистичний метод.

Результати дослідження. Будь-який механізм з технічної точки зору (з грецької – машина) – система тіл, що призначена для перетворення руху одного або декількох тіл у потрібний рух інших тіл [11]. З економічного погляду, це послідовність станів, процесів, що визначають собою яку-небудь дію, явище [12]. З позиції управління, механізм є сукупністю засобів дії або комплексом важелів, використовуваних в управлінні; це сукупність мотивів діяльної активності персоналу, які визначають як саму можливість, так і ефективність управління, від яких залежить сприйняття дії [13, с. 290]. Переходячи до розгляду саме інституційного механізму коротко визначимо сутність категорії «інститут». Зважаючи на різноманітність підходів до визначення даної категорії, на нашу думку в даному дослідженні варто зупинитися на класичному, загально визнаному визначенні запропонованому видатним представником інституціоналізму Д.Нортом. Так, на його думку інститути, будучи «правилами гри», задають систему стимулів, спрямовуючи діяльність людей у певному руслі, саме тому, коли люди вірять у справедливість і надійність законів, договорів і прав власності, вони утримуються від спроб шахрайства та крадіжок, що призводить до зниження трансакційних витрат. У складі інститутів Д. Норт виділяв: неформальні обмеження (звичаї, традиції); формальні обмеження (закони, нормативні акти тощо); механізм примусу, що забезпечує дотримання правил (міліція, суди тощо) [5]. Формальні та неформальні обмеження разом утворюють неперервний ряд правил від звичаїв та традицій з одного боку до конституцій і законів з іншого. Саме з такого набору інститутів формується інституційне середовище, а інституційні механізми є способом впливу на формування відповідного інституційного середовища в відповідній сфері, зокрема в податковій. Переходячи до дослідження інституційного механізму зазначимо, що вперше даний термін був застосований К. Поланьї [7], який визначає його для ринкової економіки через механізм обміну (взаємний, на натуральній основі). А вже Д. Комманс [8] вважав, що саме інституційний механізм надає змогу реалізовувати очікування шляхом визначення цінності (за винятком трансакційних витрат). Щодо К. Ерроу [9], то він інституційний механізм фактично ототожнював із механізмом розподілу ресурсів. Найбільш влучним, на нашу думку, є класичне визначення запропоноване Д. Нортом [6], у відповідності до якого інституційний механізм надає змогу забезпечувати як створення правил, так і відслідковувати наслідки їх застосування. Досить влучне визначення «інституційного механізму» надає Л.Абалкін [10]. В його працях інституційний механізм досліджується як особлива підсистема організаційно-економічних та тих відносин, які забезпечують суспільні взаємозв'язки. Відтак, до неї слід включати організаційний досвід, психологічний клімат, норми, правила, звички, традиції тощо. Тож, зважаючи на наведені вище визначення економічних категорій «інститут» та «інституційний механізм», можна вважати, що інституційний механізм оподаткування фізичних і юридичних осіб включає в себе сукупність інституційних важелів, стимулів і заходів спрямованих на встановлення формальних та неформальних обмежень і взаємозв'язків між ними, які функціонують у вигляді набору правил, що формують систему оподаткування та забезпечують узгодження та координування інтересів суб'єктів господарювання та держави.

Інституційний механізм оподаткування фізичних та юридичних осіб включає:

- принципи, функції, завдання та мету функціонування механізму;
- безпосередньо самі податки (інструменти механізму);

- нормативно-правове забезпечення;
- суб'єкти та об'єкти механізму;
- методи організації, регулювання податкових відносин та управління ними, способи і порядок сплати податків.

Власне, принципи функціонування цього механізму є принципами політики держави у сфері оподаткування фізичних і юридичних осіб, які прописані в Податковому кодексі України. Основними функціями інституційного механізму оподаткування є: 1) забезпечення надходжень податків до бюджетів відповідних рівнів; 2) регулювання суспільно-економічних процесів за допомогою податків; 3) контроль за дотриманням податкового законодавства.

Виходячи з функцій інституційного механізму оподаткування можна стверджувати, що головною метою інституційного механізму оподаткування є створення інституційного середовища оподаткування фізичних і юридичних осіб, забезпечення його функціонування за допомогою виконання сукупності формальних і неформальних правил і норм. Головними завданнями інституційного механізму оподаткування є створення оптимальних податкових інститутів, які не стримуватимуть розвиток суб'єктів господарювання, та забезпечуватимуть надходження до бюджету коштів, достатніх для задоволення державних потреб.

Суб'єктами інституційного механізму оподаткування слід вважати фізичних та юридичних осіб, що орієнтовані на *визнання встановлених (формально/ неформально) обмежень, які визначають масштаби і напрямки, форми, засоби та методи реалізації податкової політики держави*. Об'єктом інституційного механізму оподаткування може виступати безпосередньо те на, що нараховується податок і від чого залежить його розмір.

Формування та функціонування інституційного механізму спрямоване на створення стійких взаємозв'язків між суб'єктами господарювання та державою з приводу стягнення податків, що забезпечуються існуванням ряду правил і норм, яких мають дотримуватися обидві сторони. Тобто, функціонування інституційного механізму вимагає єдності і узгодженості дії зацікавлених сторін, тобто суб'єктів господарювання та держави. Поряд з цим, функціонування інституційного механізму вимагає постійного моніторингу правил і норм, дослідження їх впливу на суб'єктів інституційного механізму, а також їх оперативного корегування або скасування у разі, якщо цей вплив виявиться недостатньо ефективним. Таким чином, відносно постійними величинами в інституційному механізму оподаткування фізичних і юридичних осіб в Україні являються принципи, функції, завдання, мета, суб'єкт та об'єкт. Всі інші елементи зазнають постійних змін, що досить негативно впливає на суб'єктів даного механізму. Зміна будь якого з елементів інституційного механізму призводить до часткової зміни функціонування механізму в цілому. Тож, завданням даного дослідження є аналіз змін інституційного механізму оподаткування фізичних і юридичних осіб в Україні.

Вагомі зміни в інституційному механізмі оподаткування відбулися після прийняття 2 грудня 2010 року Податкового кодексу України. Їх аналіз був проведений автором у попередніх дослідженнях [14, 15], тому лише коротко перерахуємо основні з них [16]:

Поступове зниження ставки податку на прибуток до 18% у 2014 році та скасування 4-ох груп основних засобів для нарахування амортизації в податковому обліку і відсотків по кожній з них.

З 1 січня 2013 року введення податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки.

Скасування ряду місцевих податків, зокрема податку з реклами, комунального податку тощо, що слугували основними наповнювачами місцевих бюджетів.

Нововведенням є застосування диференційованої ставки податку на доходи фізичних осіб (15 % або 17 %), що залежить від розміру отримуваної заробітної плати.

Кардинальних змін зазнала спрощена система оподаткування. ПКУ поділяє суб'єктів господарювання, що мають право обрати спрощену систему оподаткування на 6 груп, віднесення до яких залежить від розміру доходу і кількості працюючих. Вагомою зміною стало віднесення єдиного податку до числа місцевих, що дало змогу збільшити надходження до бюджетів даного рівня. В 2011 р. надходження від єдиного податку склали майже 2 млрд. грн., тобто близько 80% загального обсягу місцевих податків та зборів [17].

Бачимо, що до введення в дію Податкового кодексу місцеві податки і збори формували 2-3 % дохідної частини місцевих бюджетів (в країнах ЄС їхня частка формує в середньому 30 %). З рисунку видно суттєве зростання питомої ваги місцевих податків і зборів у доходах місцевих бюджетів, причиною таких змін стало переведення єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва з категорії загальнодержавних до місцевих податків [17].

Загалом, спостерігаються позитивні тенденції розвитку податкової системи в Україні за період з 2001 по 2013 рік. Так, зокрема зростала кількість зареєстрованих платників податків – юридичних

осіб і до 2011 р. – зареєстрованих підприємців – громадян. За 2001 – 2012 рр. кількість платників – юридичних осіб, які перебували на обліку в органах ДПС, зросла на 20,3 % і на початок 2013 р. склала майже 920 тис. осіб. За цей період кількість платників – фізичних осіб, які перебували на обліку в органах ДПС, зросла на 127,4 % і на початок 2013 р. склала 2378,1 тис. осіб. Фактичне надходження до бюджету податків і платежів, що контролюються ДПС України, у 2012 р. зросло порівняно з 2001 р. більше, ніж у 6 разів, а фактичне надходження до бюджету відповідних платежів на одного зареєстрованого платника податків – у 4,4 рази. З 2001 р. кількість зареєстрованих платників податків – юридичних осіб, які сплачують податки, постійно зростала і у 2009 р. досягла 90,5 %. Звичайно, порівняно з показником 71 % у 2001 р. відбулось істотне поліпшення, але той факт, що з платників податків, взятих на податковий облік, кожний десятий податків не сплачує, викликає занепокоєння [18]. Проте, після прийняття Податкового кодексу ситуація по деяким напрямкам значно погіршилась. Так, у 2010 р. частка платників податків – юридичних осіб, які сплачують податки, у загальній кількості зареєстрованих платників податків – юридичних осіб, скоротилася до 83,3 %. Така негативна тенденція продовжилась і в 2011 р., і в 2012 р. – відповідно до 82,1 % і 80,5 % [18].

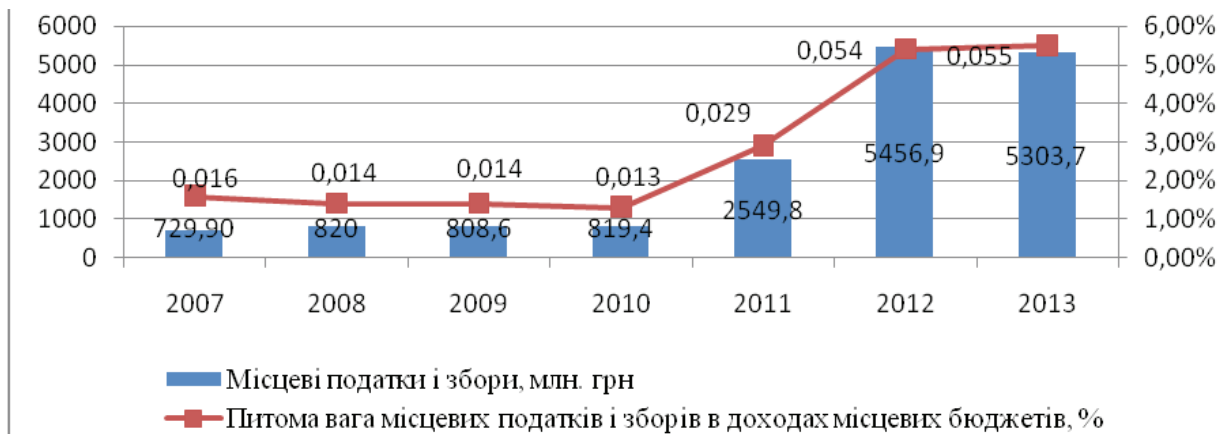


Рис. Динаміка надходжень місцевих податків і зборів до місцевих бюджетів України за 2007 – 2013 роки

Важливим фіскальним показником, який характеризує вплив податків на економіку країни в цілому чи на окремих суб'єктів господарювання є податкове навантаження. Рівень податкового навантаження в Україні визначається за методикою запропонованою Світовим банком в рамках оцінки ведення бізнесу в різних країнах світу. Сплата податків є одним з 9 індикаторів, що показують рівень регулювання підприємницької діяльності в країні, вони враховують час і вартість виконання підприємцем вимог держави щодо реєстрації нового підприємства і ведення його діяльності, здійснення торгівельних операцій, забезпечення виконання контрактів, оподаткування та закриття підприємства. Сам індикатор «Сплата податків» складається з трьох показників: кількість платежів протягом року; витрати часу на підготовку податкової звітності і сплату податків для трьох основних податків (ПДВ, податок на прибуток, внески на соціальне страхування); узагальнена ставка податку (таблиця 1).

Кількість платежів суттєво зменшилась за рахунок скасування ряду місцевих податків. Експерти Світового банку відзначили, що скорочення часу стало можливим за рахунок спрощення декларацій для сплати ПДВ та єдиного соціального внеску, а також удосконалення системи електронного звітування. За оцінками дослідження, за останній рік податкова ставка в Україні знизилася з 55,4 % до 54,9%, кількість платежів залишилася на рівні минулого року – 28 [20]. Станом на 2013 рік в Україні податкове навантаження на зарплату сягає 56% (єдиний соціальний внесок у розмірі від 36,76 до 49,7% плюс 15% (17%) податок з доходів фізичних осіб). У Німеччині відрахування з зарплати лише 30%, а у Швеції, країні з одними із найвищих податків у світі, – 46% [21].

Згідно з дослідженням, за останні півроку – з жовтня 2013 року по червень 2014 року – інтегральний податковий індекс, який вимірюється фахівцями ЄБА (Європейська бізнес-асоціація) уже вп'яте, не зазнав істотних змін і становить 2,37 бала з п'яти можливих. При тому, що на початок жовтня 2013 року цей показник становив 2,41 бала з п'яти можливих [22]. Податковий індекс розраховується по таких компонентах, як: якість податкового законодавства, яке займає в структурі індексу 15%; адміністрування податків - 40%; фіскальний тиск - 30%; якість податкового обслуговування - 15%. У результаті, близько 75% учасників дослідження негативно оцінили якість податкового законодавства [22]. Близько 63% респондентів відзначили, що податкова звітність була і залишається складною і незручною. Близько 48% опитаних визнали, що тиск податкових органів і

«пропозиції» сплатити податки авансом усе ще заважають діяльності [22]. Таким чином, несуттєве, проте все одно зниження показника Індексу свідчить про те, що настрої бізнесу істотно не змінилися і платники податків так само гостро відчують певні вади системи оподаткування. Одержані дані повинні стати ще одним сигналом державним органам про те, що інституційний механізм оподаткування фізичних і юридичних осіб, який був сформований прийняттям Податкового кодексу виявився досить недосконалим. Саме тому, ми бачимо, що на протязі всього періоду його функціонування відбуваються постійні зміни інститутів, що забезпечують його роботу. На сьогоднішній день в розвиток податкової системи України вносить свої корективи досить не проста економічна і політична ситуація, що зумовлює необхідність корегування існуючих інститутів.

Таблиця 1

Динаміка показників, що характеризують рівень розвитку податкової системи України [19]

Рік	Кількість платежів на рік	Час для сплати податкових платежів	Сукупна податкова ставка (у відсотках до комерційного прибутку)	Місце України серед інших країн світу за рівнем розвитку податкової системи
2009	99	848	58,4	180 місце серед 181 країни
2010	147	736	57,2	181 місце серед 183 країн
2011	135	657	55,5	181 місце серед 183 країн
2012	135	657	57,1	181 місце серед 183 країн
2013	28	491	55,4	165 місце серед 185 країн
2014	28	390	54,9	164 місце серед 185 країн

* Для порівняння: середня сукупна податкова ставка у світі складає 44,8 % від комерційних прибутків, середня кількість податкових платежів за рік – 28,5, а середня кількість часу для здійснення цих платежів – 277 годин на рік.

Так, урядом запропоновано розробити нову редакцію Податкового кодексу і впровадити в Україні до 2016 року нову систему оподаткування, яка в першу чергу передбачатиме скорочення базових податків до дев'яти. Виконання цього завдання дасть змогу спростити процедуру адміністрування збору податків. Крім цього на сьогоднішній день вже набула чинності низка змін до Податкового Кодексу України. Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України» тимчасово, до 1 січня 2015 введено новий загальнодержавний збір – військовий збір, який стягуватиметься за ставкою 1,5 % з доходів фізичних осіб [23]. Утримання військового збору з доходу фізичних здійснюється таким чином (ЗП – це нарахована заробітна плата):

$ЕСВ = ЗП \text{ грн.} \cdot 3,6\%$; $ПДФО = (ЗП \text{ грн.} - ЕСВ \text{ грн.} - Соціальна пільга \text{ грн.}) \cdot 15\%$, Військовий збір = $ЗП \text{ грн.} \cdot 1,5\%$ Працівник отримує: $ЗП - ЕСВ - ПДФО - \text{Військовий збір}$.

До 1 січня 2015 року підвищена рента на видобуток залізної руди з 5 % до 8 %, нафти - з 39 % до 45 %, газу з покладів до 5 км - з 28 % до 55 %, газу з покладів понад 5 км - з 15 % до 28 % [23].

Крім того, з 2015 року збільшується «пори́г» обов'язкової реєстрації підприємства платником ПДВ – з 300 тис. грн. до 1 млн. грн., та передбачається впровадження електронної системи адміністрування ПДВ, яка забезпечить перехід на оформлення податкових накладних лише в електронному вигляді, обов'язкову реєстрацію всіх без винятку податкових накладних і розрахунків коригування у Єдиному реєстрі, а також кардинальні зміни у системі бюджетного відшкодування ПДВ. Продовжено до 31 грудня 2014 року режим звільнення від оподаткування ПДВ операцій з експорту зернових і технічних культур; скасовано звільнення від оподаткування ПДВ операцій з поставки лісоматеріалів, паливної деревини, відходів лісопереробної промисловості.

Скасовано оподаткування за нульовою ставкою податку на послуги з перевезення пасажирів швидкісними поїздами Інтерсіті+ [23]. Скасовано звільнення від оподаткування прибутку, отриманого від: надання готельних послуг в готелях категорій «п'ять зірок», «чотири зірки» і «три зірки»; основної діяльності підприємств галузі, які виробляють електричну енергію виключно з поновлюваних джерел енергії. Скасовано пільгу оподаткування за зниженою ставкою (10%) прибутку, отриманого від операцій із цінними паперами та деривативами. Доходи інвестиційних фондів у вигляді процентів підлягають оподаткуванню на загальних підставах.

Крім цього у відповідності до чинного Закону України «Про запобігання фінансової катастрофи

та створення передумов для економічного зростання в Україні» [24] передбачено ще ряд змін до Податкового Кодексу та інших законодавчих актів. Зокрема, даний закон передбачає наступні зміни:

В розділі «Податок на прибуток» [24]:

1) Основна ставка податку на прибуток залишена на рівні 18%, а її заплановане зниження в наступних роках до 16 % скасовано.

В розділі «Податок на додану вартість» [24]:

1) Основна ставка ПДВ залишена на рівні 20%, а її заплановане зниження в наступних роках до 17 % також скасовано;

2) Постачання лікарських засобів тепер не звільняється від ПДВ, а оподатковується за ставкою 7 %;

3) Граничну вартість товарів, що не оподатковуються ПДВ при переміщенні через митний кордон було збільшено зі 100 євро до 150 євро;

4) Граничну вартість товарів, що не оподатковуються ПДВ при ввезенні за допомогою поштових чи експрес відправлень було зменшено з 300 євро до 150 євро.

«Податок на доходи фізичних осіб» [24]:

1) Пенсії будуть відноситись до загального оподаткованого доходу (та суми щомісячного довічного грошового утримання, що виплачується з бюджету чи пенсійного фонду) та підлягають оподаткуванню, проте лише в сумі, що перевищує 10 000 гривень на місяць.

2) До місячного оподаткованого доходу відносяться доходи у вигляді дивідендів, вигахів, призів, процентів (крім процентів у сумі, що не перевищує в рік сімнадцять прожиткових мінімумів для працездатної особи, встановлених законом на 1 січня звітного податкового року, процентів, що нараховані на цінні папери, емітовані центральним органом виконавчої влади та доходи у вигляді процентів на поточні банківські рахунки, за якими на користь фізичних осіб здійснюються виключно виплати стипендій, пенсій, соціальної допомоги та інших передбачених законом соціальних виплат; дивідендів, які нараховуються на користь платника податку у вигляді акцій (часток, паїв), емітованих юридичною особою - резидентом, що нараховує такі дивіденди, за умови, що таке нараховування жодним чином не змінює пропорцій (часток) участі всіх акціонерів (власників) у статутному фонді емітента, та в результаті якого збільшується статутний фонд емітента на сукупну номінальну вартість нарахованих дивідендів).

3) Проценти з банківських вкладів, та інші види пасивних доходів, такі як дивіденди, роялті, та дохід від інвестиційної діяльності підлягають оподаткуванню за наступною прогресивною шкалою:

– 15% (застосовується до доходу, який не перевищує 204 прожиткові мінімуми на рік);

– 20% (застосовується до перевищення попереднього порогу, проте яке не перевищує 396 прожиткові мінімуми на рік);

– 25% (застосовується до перевищення попереднього порогу).

4) Дохід у вигляді процентів повинен включатись особою в річну декларацію про доходи. Банки зобов'язані повідомляти податкові органи про загальну суму процентів, сплачених своїм клієнтам. Наявність у банків обов'язку щодо утримання податку у розмірі 15% з джерела виплати доходу підлягає подальшому уточненню, оскільки положення Закону стосовно цього є досить нечіткими.

Інші податки і збори:

1) Збільшено ставки акцизного податку на різні види товарів, зокрема на спиртні напої (до 25 %), пиво (до 42,5%), тютюнові вироби (до 25%), нафтопродукти (включаючи паливні компоненти), автомобілі і мотоцикли.

2) Збільшено розмір мінімального податкового зобов'язання на тютюнові вироби.

3) Збільшено ставки збору за першу реєстрацію транспортного засобу, екологічного податку, збору за спеціальне користування води;

4) Зміни розміру податку на землю.

Від цих змін уряд планує отримати ресурс у 13,5 млрд. грн., зокрема: 3,3 млрд. грн. від оподаткування доходів з капіталу (за ставкою 15%); 0,4 млрд. грн. від скасування пільг із ПДВ для окремих галузей; 0,3 млрд. грн. від збільшення акцизу; 2,9 млрд. грн. від запровадження тимчасового військового збору (1,5% на фонд оплати праці); 1,8 млрд. грн. від подовження до 1 січня 2015 року режиму звільнення від сплати ПДВ операцій з експорту зерна.

Ще 6,2 млрд. грн. уряд планує отримати від збільшення плати за користування надрами для видобутку нафти і газу, проте ця ініціатива уряду дуже суперечлива, оскільки такі зміни можуть досить негативно відобразитися на розвитку галузі видобутку газу і нафти в Україні.

Висновки. Науковою новизною проведеного дослідження є формування визначення «інституційного механізму оподаткування фізичних та юридичних осіб», а також визначення його функцій, завдань та мети. Так, інституційний механізм оподаткування фізичних і юридичних осіб

включає в себе сукупність інституційних важелів, стимулів і заходів спрямованих на встановлення формальних та неформальних обмежень і взаємозв'язків між ними, які функціонують у вигляді набору правил, що формують систему оподаткування та забезпечують узгодження та коригування інтересів суб'єктів господарювання та держави. Інституційний механізм оподаткування фізичних та юридичних осіб включає: принципи, функції, завдання та мету функціонування механізму; безпосередньо самі податки (інструменти механізму); систему управління оподаткуванням (нормативно-правове забезпечення і суб'єкти та об'єкти механізму); методи організації, регулювання податкових відносин та управління ними, способи і порядок сплати податків. Автором визначені функції, завдання та мета інституційного механізму оподаткування фізичних і юридичних осіб та з'ясовано, що саме дані елементи, а також суб'єкт і об'єкт є відносно постійними елементами даного механізму, а всі інші елементи зазнають постійних змін. Практичне значення даного дослідження полягає в детальному аналізі змінних елементів механізму оподаткування. Таким чином, тимчасові та постійні зміни інституційного механізму оподаткування фізичних та юридичних осіб можна оцінювати як вимушені заходи, які спрямовані на стабілізацію ситуації в країні, можуть призвести до збільшення податкового тиску і рівня сукупної податкової ставки в країні і відповідно ще більшого падіння України в міжнародних рейтингах. Однак, позитивним моментом є поступове зменшення значної кількості податків, що заплановано з 2016 року. Отже, аналіз змін інституційного механізму оподаткування фізичних та юридичних осіб дозволив встановити ряд змін в інститутах оподаткування і взаємозв'язках між ними, а також оцінити рівень розвитку інститутів оподаткування на основі міжнародних рейтингів. Однак, на сьогоднішній день надавати рекомендації з даного питання не доцільно, оскільки більшість змін носять тимчасовий характер. Крім цього урядом України була оприлюднена «Концепція реформування податкової системи України», яка містить ряд суттєвих реформ спрямованих на лібералізацію податкової системи. Впровадження даних заходів дасть змогу Україні спростити процедуру сплати податків, знизити податковий тиск та піднятися в міжнародному рейтингу Doing Business. Проте, до впровадження запропонованих урядом, на перший погляд, досить прогресивних новацій фізичним і юридичним особам платникам податків доведеться впоратися зі складними податковими реаліями.

Література:

1. Іванов Ю. Б. Функції податків та податкове регулювання / Іванов Ю. Б. // Формування ринкової економіки в Україні: Науковий журнал. – 2009. – № 19. – С. 36 – 43.
2. Мельник Н. В. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи : монографія / Мельник Н. В., Тарангул Л. Л., Варналій З. С. – К. : Вид-во «Знання України», 2008. – 675 с.
3. Петрович Й. Проблеми розвитку та шляхи вдосконалення податкової політики України / Петрович Й. // Банківська справа : зб. наук. Праць. – К. – 2008. – № 6. – С. 43 – 49.
4. Рябушка Л. Б. Бюджетно-податкова політика і в системі регулювання економічного розвитку держави / Л. Б. Рябушка, Д. В. Веремчук // Вісник Сумського державного університету : зб. наук. праць. – Суми : Вид-во СумДУ. – 2008. – № 3. – С. 182-187.
5. Норт Д. Інституції, інституціональна зміна та функціонування економіки / Норт Д. ; [пер. з англ. І. Дзюб]. – К. : Основи, 2000. – 189 с.
6. Норт Д. Інститути, інституціональні зміни та функціонування економіки / Норт Д.; Пер. з англ. А. Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. – М. : Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 188 с.
7. Полань К. Экономика как институционально оформленный процесс / Полань К. // Экономическая социология. – 2001. – Т. 3. – № 2, – С. 68–73.
8. Commons J. R. Institutional Economics / Commons J. R. // American Economic Review. – 1931. – V.21. – P. 648 – 657.
9. Кеннет Дж. Эрроу Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов / Дж. Эрроу Кеннет // Теория и история экономических социальных институтов и систем. – М. – 1993. – С. 59.
10. Абалкин Л. И. Логика экономического роста / Абалкин Л. И. – М. : Институт экономики РАН, 2002. – 228 с.
11. Справочник – энциклопедия. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.navoprosoveta.net/14/14_3023.htm](http://www.navoprosoveta.net/14/14_3023.htm)
12. Краткий экономический словарь / [под ред. А. Н. Азрилиян] . – М. : Институт новой экономики, 2001. – 1088 с .
13. Менеджмент персоналу / [В. М. Данюк , В .М.Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.] ; за заг . ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха . – К. : КНЕУ, 2004. – 398с.
14. Гречко А. В. Оцінка результатів впровадження податкового кодексу України / А. В. Гречко// Часопис економічних реформ / науково-виробничий журнал. – Луганськ. – 2013. – № 3(11). – С. 35 – 42.
15. Гречко А. В. Дослідження впливу податкового фактору на діяльність малих підприємств в Україні / А. В. Гречко// Бізнес-інформ. – 2013. – №10. – С. 336 – 342.

16. Податковий кодекс України. Відомості Верховної Ради України. [Електронний ресурс] : документ 2755-17, редакція від 04.09.2014 року. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

17. Капустян Я. В. Роль місцевих податків і зборів у формуванні доходів місцевих бюджетів в умовах зміни податкового законодавства. Фінансові аспекти розвитку економіки: теорія, методологія, практика: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 28-29 березня 2014 року) / ГО «Львівська економічна фундація». У 3-х частинах. – Львів : ЛЕФ, 2014. – Ч. 3. – С. 91 – 94.

18. Воронкова О. М. Сучасний стан сплати податків в Україні / Воронкова О. М. // Вісник ЖДТУ. – 2013. – № 4 (66). – С. 155 – 161.

19. PWC офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pwc.com/gx/en/paying-taxes/index.jhtml>

20. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.finsettings.com/novini/4431-bznes-v-ukrayin-stav-vitrachati-menshe-chasu-na-splatu-podatkv-ta-eksportno-mportn-operaciyi-svtoviy-bank.html>

21. В Україні з зарплати беруть більше податків, ніж у Швеції [Електронний ресурс] : Газета «Високий Замок», 22 січня 2013 року. – Режим доступу : <http://www.wz.lviv.ua/news/26001>

22. Бізнес в Україні продовжує відчувати тиск податкових органів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://yurincom.com/ua/legal_news/B-znes-v-Ukrain--prodovzhuie-v-dchuvati-tisk-podatkovih-organ-v--publication/

23. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо усунення окремих неузгодженостей норм законодавства [Електронний ресурс] : документ 1200-18 редакція від 02.08.2014 року. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

24. Закон України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» [Електронний ресурс] : документ 1166-18. Редакція від 02.08.2014 року. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

УДК 314.745+314.842

Грінько І. М.

канд. економ. наук

Національний технічний університет України «КПІ»

ВІДПОВІДНІСТЬ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ СУЧАСНИМ ВИМОГАМ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

СООТВЕТСТВИЕ МИГРАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ СОВРЕМЕННЫМ ТРЕБОВАНИЯМ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЕЕ СТОЙКОГО РАЗВИТИЯ

THE COMPLIANCE WITH CURRENT REQUIREMENTS AND PROVIDING ESTABLISHED DEVELOPMENT OF MIGRATION POLICY OF UKRAINE

У статті проаналізовано основні показники міжнародної міграції, які характеризують відповідність міграційної політики сучасним вимогам, такі як: міграційний приріст населення, загальний коефіцієнт міграційного приросту населення, розподіл міжнародних мігрантів за країнами в'їзду в Україну; розподіл міжнародних мігрантів за країнами виїзду з України. Проведена оцінка даних показників дозволила виявити причини та відповідність ведення міграційної політики держави сучасним вимогам. Обґрунтовані та запропоновані рекомендації з питань ефективного функціонування міграційної політики на державному та міжнародному рівні для забезпечення її сталого розвитку та відповідності сучасним вимогам сьогодення. Загальним результатом досліджень і наведених розробок є набуті подальшого розвитку науково-практичні засади формування

міграційної політики в Україні, інституційних, організаційних, економічних, соціальних, правових, та інших механізмах ефективної реалізації державної та міжнародної міграційної політики.

Ключові слова: міграційна політика, міграційні процеси, установлений розвиток міграції, розподіл міжнародних мігрантів, ефективна міграційна політика.

В статье проанализированы основные показатели международной миграции, которые характеризуют соответствие миграционной политики современным требованиям, такие как: миграционный прирост населения, общий коэффициент миграционного прироста населения, распределение международных мигрантов, за странами въезда в Украину; распределение международных мигрантов за странами выезда из Украины. Проведенная оценка данных показателей позволила обнаружить причины и соответствие ведения миграционной политики государства современным требованиям. Обоснованные и предложенные рекомендации по вопросам эффективного функционирования миграционной политики на государственном и международном уровне для обеспечения ее стойкого развития и соответствия современным требованиям настоящего. Общим результатом исследований и приведенных разработок приобретены последующего развития научно-практические принципы формирования миграционной политики в Украине, институциональных, организационных, экономических, социальных, правовых, и других механизмах эффективной реализации государственной и международной миграционной политики.

Ключевые слова: миграционная политика, миграционные процессы, установленное развитие миграции, распределение международных мигрантов, эффективная миграционная политика.

In the article are presented the main indicators of international migration, which describe the accordance of migration policy with the current requirements. It includes indicators of migratory population growth, total rate of migratory population growth, international migrant stock by country of origin, international migrant stock by country of departure. The evaluation of these indicators revealed causes and a compliance of the state migration policy with current requirements. Propositions for the effective functioning of migration policy at national and international level are presented to provide established development of migration policy and compliance with current requirements. The overall result of the research is further developed scientific and practical bases of the formation of migration policy in Ukraine, institutional, organizational, economic, social, legal and other mechanisms for the effective implementation the national and international migration policy.

Key words: migration policy, migration, established development of migration, distribution of international migrants, effective migration policy.

Вступ. Сучасна трудова міграція стимулює соціально-економічну, регуляторну діяльність держави, спрямовану на зниження напруги на регіональних ринках праці, рух суспільства до європейських соціальних стандартів цінностей, забезпечення її сталого розвитку. В Україні на сьогодні міграційний приріст є недостатнім для компенсації скорочення чисельності населення, що зумовлено низькими значеннями показників соціально-економічного розвитку, які зменшують міграційну привабливість країни. Варто зазначити, що в перспективі саме імміграція може стати реальним джерелом поповнення людського потенціалу України для цього необхідне ефективне функціонування міграційної політики як на державному, так і на міжнародному рівні.

Практичними теоретичним аспектам дослідження ефективної міграційної політики держави присвячені роботи вітчизняних науковців, а саме: З. П. Баранник [1], В. Я. Бідак [2], М. М. Біль [3], Ю. П. Гуменюк [5], В. Я. Кудлак [7], Л. О. Курій [8], І. О. Романенко [1], С. О. Цапок [2] та інших. Із зарубіжних науковців, варто виділити праці Б. Гхоша, Р. Епплеярд, С. Кастла, Дж. Саймона, М. Тоффлера та інших, які займалися вивченням специфіки державного та регіонального регулювання міграційних процесів. Слід зазначити, що проблема відповідності міграційної політики України сучасним вимогам та її сталого розвитку залишається недостатньо вивченою. У наукових працях з міграції трудових ресурсів відсутній єдиний підхід щодо проведення міграційної політики України для її ефективного та сталого розвитку.

Постановка завдання. Цілями статті є дослідження відповідності міграційної політики України сучасним вимогам виявлення проблемних елементів, що дозволить нам запропонувати шляхи ефективної міграційної політики враховуючи європейські соціальні стандарти та цінності в забезпеченні її усталеного розвитку.

Методологія. Методологічну основу становлять фундаментальні положення концепцій міграційної політики, методи аналізу та синтезу, емпіричний та графоаналітичний методи, праці провідних іноземних і вітчизняних вчених у досліджуваній сфері.

Результати дослідження. Трудова міграція має економічну природу і має досліджуватися на рівні країн-учасників обміну людськими ресурсами, індивідуальному рівні (мігранта та його людського капіталу). Міграція є об'єктом статистичного аналізу і прогнозу, на жаль в Україні їх можливості обмежені через проблему недообліку міграції [7, с. 57] (система обліку і статистики міграції поділяється на державну та відомчу, кожна з яких орієнтована на різні цілі, має власну методологічну базу). Загальний коефіцієнт міграційного приросту населення (на 10000 осіб наявного населення) в Україні станом на 2010 р. становив 2,4, і з кожним роком зростав, і у 2014 р. уже склав 6,6 [6]. Міграційний приріст населення у 2010 р. – 9707 осіб, 2011 р. – 10349 осіб, 2012 р. – 45491 осіб, у 2013 р. зменшився до 19975 осіб, то в 2014 р. уже становив 25929 осіб [6]. Даний показник характеризує різницю між кількістю прибулих в Україну та кількістю вибулих за її межі.

Проведений аналіз розподілу міжнародних мігрантів за країнами в'їзду в 2010-2013 рр. (рис. 1) [10, с. 282] свідчить, що збільшилась кількість прибулих в державу з усіх країн Європи, окрім Молдови у 2010 р. кількість приїжджчих становила 3728 осіб, то в 2013 р. зменшилася на 474 особи (склала – 3254 особи). Відбулося суттєве зростання міграційного населення з країн Америки, а саме варто виділити США, так як в 2010 р. даний показник становив 727 осіб і з кожним роком зростав, то 2013 р. уже сягнув позначки 1286 осіб. Темп приросту міграційного населення з країн Азії у 2012 р. (39309 осіб) у співвідношенні до 2011 р. (9076 осіб) становив – 433,1 %, а в 2013 р. порівняно із 2012 р. знизився до 62,3 %. Причиною цього стало зменшення у 2013 р. порівняно із 2012 р. в'їзду міграційного населення з усіх країн Азії, особливо варто відзначити вагоме зменшення прибулих, з таких країн, як: Туркменістан (менше на 4074 особи), Грузія (на 388 особи), Туреччина (на 405 особи). Розподіл міжнародних мігрантів із країни Африки характеризувався наступним чином: 2010 р. – 282 особи, 2011 р. – 287 осіб. Значно зріс даний показник у 2012 р. до 7949 осіб, відхилення якого сягнуло 7662 особи у співвідношенні до 2011 р. Незначно змінювалася кількість прибулих із країни Австралії та Океанії у 2010-2013 рр. (2010 р. – 26 осіб; 2011 р. – 24 особи; 2012 р. – 38 осіб; 2013 р. – 32 особи).

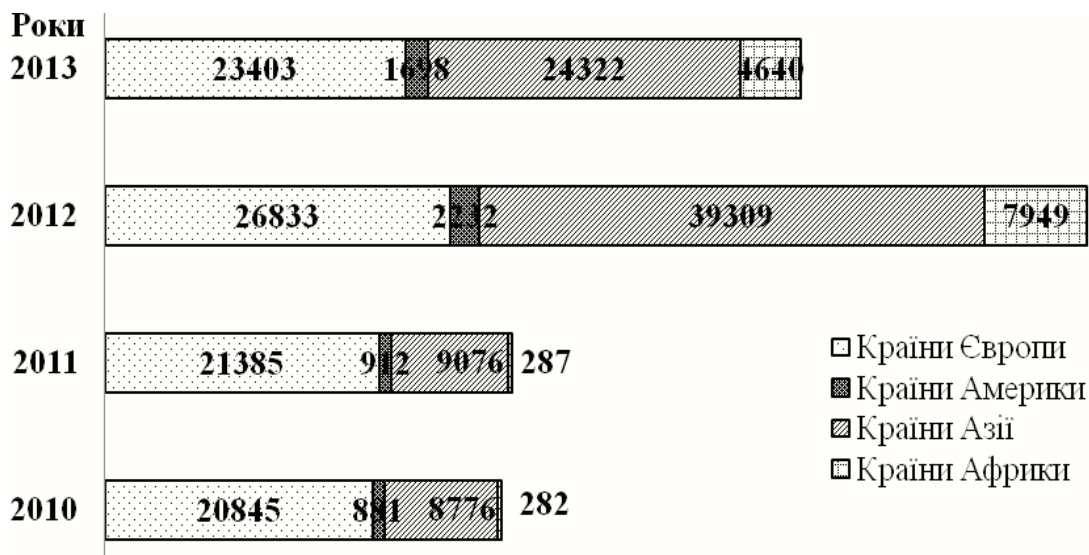


Рис. 1. Розподіл міжнародних мігрантів за країнами в'їзду в Україну (за період з 2010–2013 рр.)

Джерело: побудовано автором на підставі [10, с.282]

Динаміку розподілу міжнародних мігрантів за країнами виїзду з України представлено на рис. 2 [10, с. 283]. Даний показник, якщо аналізувати всього за країнами виїзду з держави у період з 2010 р. по 2012 р., суттєво не змінювався (2010 р. – 14677 осіб, 2011 р. – 14588 осіб, 2012 р. – 14517 осіб), лише в 2013 р. зріс до 22187 осіб. Найменше виїжджало нашого населення до країн Європи в 2012 р., це на 828 осіб менше порівняно із 2013 р. Причиною цього стало

зменшення виїзду населення в такі країни Європи, як: Білорусь, Литва, Молдова, Польща, Угорщина, Чехія. Із країн Америки, варто виділити Канаду, оскільки в 2010 р. даний показник становив – 158 осіб, і з кожним роком зменшував (2011 р. – 93 особи, 2012 р. – 92 особи), лише в 2013 р. сягнув 113 осіб. Темп приросту міграційного населення за розподілом виїзду із країн Азії у 2011 р. у співвідношенні до 2010 р. становив 140, 5 %, то вже у 2013 р. порівняно до 2012 р. склав 257,9 %. Причиною різкого темпу зростання розподілу міжнародних мігрантів за країнами виїзду з держави стало суттєве збільшення у 2013 р. від'їзду населення до таких країн Азії, як: Туркменістан (2013 р. – 1615 осіб, то 2012 р. – лише 175 осіб); Узбекистан (2013 р. – 202 особи, то в 2012 р. – 95 осіб); Туреччина (2013 р. – 836 осіб, то у 2012 р. – 328 осіб); Таджикистан (2013 р. – 68 осіб, то в 2012 р. – 5 осіб); Грузія (2013 р. – 278 осіб, то у 2012 р. – 64 особи). Відбулося значне зростання виїзду з України міжнародних мігрантів до країн Африки: 2010 р – 25 осіб, 2011 р. – 111 осіб, 2012 р. – 268 осіб, 2013 р. – 1338 осіб, а темп приросту у 2013 р. у співвідношенні до 2010 р. склав 5352 %. Зменшується кількість міжнародних мігрантів, які від'їздять з України до країн Австралії та Океанії, про це свідчить наступна динаміка: 2010 р. – 24 особи, 2011 р. – 16 осіб, 2012 р. – 25 осіб, то у 2013 р. лише 11 осіб.

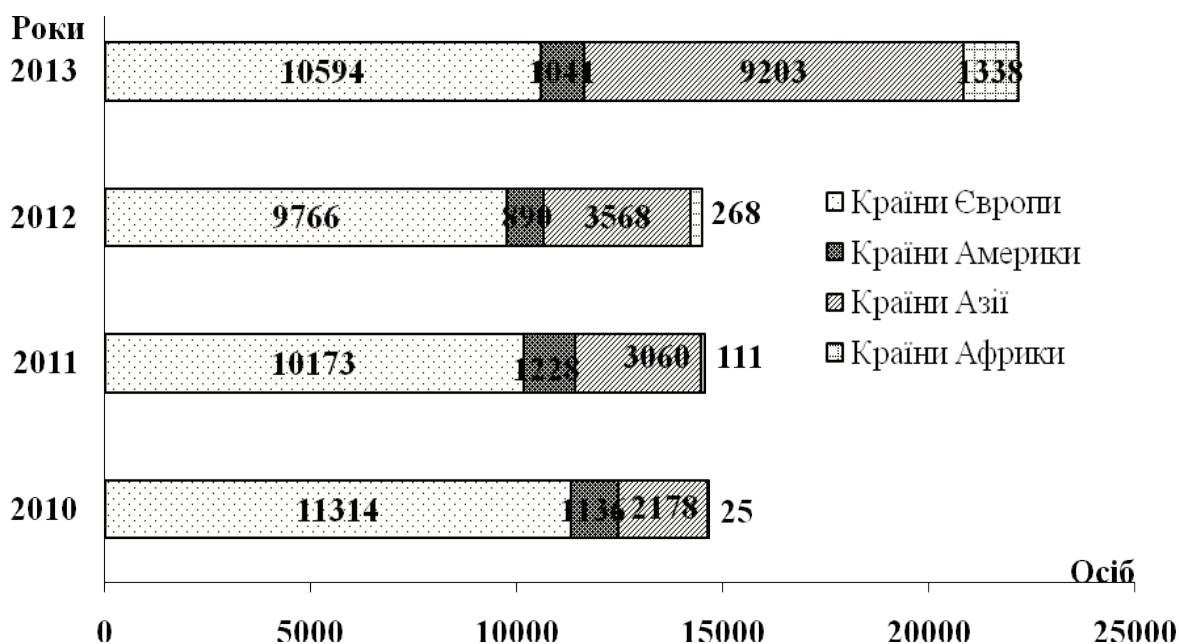


Рис. 2. Розподіл міжнародних мігрантів за країнами виїзду з України (за період з 2010–2013 рр.)

Джерело: побудовано автором на підставі [10, с. 283]

Для покращення показників проаналізованих вище та забезпечення сталого розвитку міграційної політики держави, слід зауважити, що політика регулювання трудової міграції за умови легальних форм зайнятості трудового мігранта (існування трудового контракту) має здійснюватися економічними методами та полягати в оптимізації трансакційних витрат обміну правами власності на робочу силу. Оптимізація трансакційних витрат стосується: витрат на одержання інформації про стан ринку праці в повному обсязі; вимірювання якості робочої сили та трудових послуг; ведення переговорів і укладання трудових контрактів; узгодження позицій та координації дій ринкових агентів; додержання норм трудового законодавства тощо. Для роботодавця повні витрати на робочу силу складаються з оплати праці та ціни здійснення трансакції, тобто трансакційних витрат. Варто зазначити, що за умови нелегальних форм зайнятості трудового мігранта мова повинна йти про мінімізацію або розподіл трансакційних витрат, щоб найм працівника став можливим, тобто про посилення ролі держави в реалізації права працівника на захист власності на робочу силу.

Реалізація ефективного функціонування міграційної політики на державному та міжнародному рівні в забезпеченні її сталого розвитку, повинна ґрунтуватися на розробці ефективного механізму регулювання міграційними процесами та проведенні імміграційного контролю з урахуванням вимог національної безпеки і потреб національних економік у використанні іноземної робочої сили [1]. Ефективна міграційна політика на міжнародному рівні має включати в себе інтереси держав,

міжнародних організацій та міждержавних інституцій, оскільки їх взаємодія утворює глобальну систему регулювання міжнародною міграцією.

Механізм реалізації державної міграційної політики може полягати у розробці: спеціальних міждержавних програм стимулювання рееміграції робочої сили з українським громадянством; міждержавних програм професійної підготовки реемігрантів; міждержавних програм економічної допомоги Україні (як державі з масовою еміграцією) з боку інших розвинених країн; програм інформаційної та фінансової підтримки реемігрантів; міждержавних програм першого робочого місця в Україні для осіб, які навчалися в інших країнах за спеціальними програмами; порядку визнання неформальної освіти та навичок трудових мігрантів; програм, спрямованих на сприяння продовження освіти в Україні дітьми мігрантами; порядку звільнення від сплати мита при ввезенні особистого майна трудовими мігрантами, що повертаються (не частіше, ніж раз на три роки), а також митних пільг при ввезенні трудовими мігрантами товарів виробничого призначення з метою відкриття чи розширення власного бізнесу тощо.

Міграційна політика України має охоплювати систему правових, адміністративних, організаційно-фінансових заходів та інформаційне забезпечення урядових структур і громадських об'єднань для впорядкування міграційного простору, регулювання міграційного руху населення з позицій національних пріоритетів, кількісного та якісного складу міграційних потоків, їх соціальної, демографічної та економічної структури [4, с. 49].

Висновки. Державна міграційна політика повинна бути конструктивною і раціонально збалансованою, використовуючи досвід країн – традиційних експортерів та імпортерів робочої сили, формуватися з урахуванням стратегічних орієнтирів розвитку трудової міграції в Україні. Лише в такому випадку, міграційна політика держави може стати ефективним інструментом регулювання міждержавного обміну.

Науковою новизною отриманих результатів є набуті подальшого розвитку науково-практичні засади формування міграційної політики, інституційних, організаційних, економічних, соціальних, правових та інших механізмів, що, на відміну від існуючих, надають можливість забезпечення ефективної реалізації державної та міжнародної міграційної політики. Практичним значенням дослідження є те, що науково обґрунтовані рекомендації з питань ефективного функціонування міграційної політики на державному та міжнародному рівні нададуть змогу у її забезпеченні сталого розвитку та відповідності сучасним вимогам сьогодення.

Подальших наукових досліджень потребує виявлення пріоритетів реформування міграційної політики України в умовах загальноєвропейського співробітництва. Дослідження провідних сучасних механізмів, підходів і методів, що застосовуються країнами-членами Європейського співтовариства задля регулювання та оптимізації міграційних процесів, що надасть можливість максимально швидко та ефективно реформувати та покращити національне законодавство.

Література:

1. Баранник З. П. Інтелектуальна міграція як об'єкт статистичного дослідження [Електронний ресурс] / З. П. Баранник, І. О. Романенко // Ефективна економіка. – 2014. – № 6. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3096>
2. Бідак В. Я. Соціальна діагностика територіальних міграційних систем / В. Я. Бідак, С. О. Цапок // Регіональна економіка. – 2013. – № 1(67). – С. 114–122.
3. Біль М. М. Проблеми формування і розвитку інфраструктури територіальних міграційних систем / М. М. Біль // Регіональна економіка. – 2014. – № 2. – С. 66–73.
4. Горбачова І. Інституційні регулятори зовнішньої міграційної політики України / І. Горбачова // Україна: аспекти праці : науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2014. – № 4. – С. 46–51.
5. Гуменюк Ю. П. Всебічно збалансований розвиток та міжнародна міграція робочої сили: проблеми взаємовпливу / Ю. П. Гуменюк // Економіка промисловості. – 2011. – № 2–3. – С. 295–306.
6. Демографічна ситуація в Україні [Експрес-випуск від 15.01.2015 р. № 4/0/10.2 вн.-15] [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу до матеріалів : <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Кудлак В. Я. Україна в системі міжнародної міграції робочої сили / В. Я. Кудлак // Сталий розвиток економіки : всеукраїнський науково-виробничий журнал. – Хмельницький : ПВНЗ «УЕП», 2013. – № 1. – С. 54–58.
8. Курій Л. О. Вирішення міграційних проблем в Україні і розвиток людського потенціалу / Л. О. Курій // Стратегічні пріоритети : науково-аналітичний збірник. – К.: Національний інститут стратегічних досліджень. – 2012. – № 1 (22). – С. 113–120.
9. Малиновська О. А. Трудові мігранти та їхній внесок у соціально-економічний розвиток України / О. А. Малиновська // Регіональна економіка. – 2013. – № 3. – С. 82–93.
10. Населення України за 2013 рік: демографічний щорічник / Державна служба статистики України. – К., 2014. – 292 с.

Іванова Т. В.

канд. економ. наук

Національний технічний університет України «КПІ»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ КРАЇНИ З ПОЗИЦІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ОСОБЕННОСТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТРАНЫ С ПОЗИЦИЙ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

FEATURES OF FORECASTING FOR MACROECONOMIC INDICATORS BY COUNTRY FROM POSITIONS PROVIDING SUSTAINABLE DEVELOPMENT

У статті проведено аналіз теоретико-методичних аспектів прогнозування макроекономічних показників України. Досліджено праці вітчизняних та зарубіжних науковців з визначеної проблематики, зокрема наведено їх підходи до виділення певних етапів економічного прогнозування. Визначено основні завдання прогнозування у сучасних умовах функціонування. Звернено увагу на специфіку розроблення методології прогнозування. У роботі виділено основні принципи, функції та методи економічного прогнозування. Запропоновано здійснювати прогнозування макроекономічних показників шляхом наступних послідовних етапів: початковий, аналітичний, організаційний, прогнозний, завершальний. За результатами проведеного дослідження, представлено структурно-логічну схему методології прогнозування макроекономічних показників. Вищезазначене дозволить сформулювати єдиний інструментарій прогнозування, використання якого усіма органами державного управління призведе до визначення та дотримання скоординованої економічної політики держави.

Ключові слова: макроекономічні показники, методи, принципи, етапи прогнозування.

В статье проведен анализ теоретико-методических аспектов прогнозирования макроэкономических показателей Украины. Исследованы труды отечественных и зарубежных ученых по определенной проблематике, в частности приведены их подходы к выделению этапов экономического прогнозирования. Определены основные задания прогнозирования в современных условиях функционирования. Обращено внимание на специфику разработки методологии прогнозирования. В работе выделены основные принципы, функции и методы экономического прогнозирования. Предложено осуществлять прогнозирование макроэкономических показателей путем следующих последовательных этапов: начальный, аналитический, организационный, прогнозный, завершающий. По результатам проведенного исследования, представлена структурно-логическая схема методологии прогнозирования макроэкономических показателей. Вышеупомянутое позволит сформировать единственную инструментарию прогнозирования, использование которого всеми органами государственного управления приведет к определению и соблюдению скоординированной экономической политики государства.

Ключевые слова: макроэкономические показатели, методы, принципы, этапы прогнозирования.

The analysis of methodical aspects of forecasting of macroeconomic indicators of Ukraine in article is carried out. Works of domestic and foreign scientists on a certain perspective are investigated, in particular their approaches to allocation of stages of economic forecasting are given. The main tasks of forecasting in modern operating conditions are defined. The attention to specifics of development of methodology of forecasting is paid. In work the basic principles, functions and methods of economic forecasting are

allocated. It is offered to carry out forecasting of macroeconomic indicators by the following consecutive stages: initial, analytical, organizational, expected, finishing. By results of the conducted research, the structural scheme of methodology forecasting by macroeconomic indicators is submitted. It will allow to create one tools of forecasting, which use by all state bodies will lead to definition and observance of the coordinated economic policy of the state.

Key words: *macroeconomic indicators, methods, principles, prediction forecasting.*

Вступ. Однією з умов забезпечення сталого розвитку країни є впровадження дієвих механізмів державного управління, що дозволять успішно функціонувати економіці в умовах глобалізації. Проте, мінливість та динамічність зовнішнього середовища потребує розроблення методології економічного прогнозування, що сприятиме прийняттю обґрунтованих рішень.

Питання щодо значення, сутності, принципів, функцій та методів прогнозування розглянуто у роботах закордонних та вітчизняних науковців, серед яких: О. Ю. Бобровська [1], Т. С. Вакарчук [2], К. Б. Корєєва і О. П. Ростова [3], М. І. Линдіна [4], О. О. Фурсін [5], Л. М. Чайнікова [6] та інші. Однак, на підставі проведеного аналізу, виявлено, що недостатньо уваги приділено методології прогнозування, зокрема макроекономічних показників, що ставить дану проблему в розряд актуальних.

Постановка завдання. Основними цілями даного дослідження є систематизація та обґрунтування складових елементів методології прогнозування макроекономічних показників.

Методологія. Теоретичною базою дослідження виступають досягнення зарубіжних та вітчизняних науковців. Для досягнення поставленої мети було використано наступні методи дослідження: системний підхід, метод аналізу та синтезу, структурно-логічний аналіз, прийоми логічного узагальнення.

Результати дослідження. З метою розроблення моделі, що дозволить спрогнозувати рівень макроекономічних показників вітчизняної економіки варто вирішити наступні завдання: 1) аналіз наявних закономірностей та тенденцій; 2) визначення напрямів розвитку; 3) вибір інструментів та способів досягнення поставлених цілей; 4) розроблення певної економіко-математичної моделі.

Однак, для розроблення методології прогнозування слід враховувати певну специфіку, а саме: 1) багатовекторність розвитку об'єкту прогнозування;

2) протиріччя макроекономічних показників; 3) відсутність певної кількості показників, що характеризують суб'єкт; 4) наявність певних факторів, що впливають на запланований та фактичний розвиток об'єкту прогнозування.

Для вирішення окреслених завдань та з метою врахування певної специфіки прогнозування, необхідно проаналізувати основні принципи, методи, функції, етапи, для побудови певної макроекономічної моделі.

Взагалі, економічне прогнозування ґрунтується на таких основних принципах [1; 3]:

1) Варіативності. Пов'язано із тим, що наявними є декілька сценаріїв розвитку (по різних траєкторіям) при прогнозуванні розвитку національної економіки.

2) Системності. Даний принцип означає, що об'єкт розглядається з одного боку як єдина система, а з іншого, як сукупність взаємодіючих та відносно самостійних об'єктів для прогнозування.

3) Обґрунтованості. Передбачає поєднання економічних законів, наукового інструментарію та досвіду для побудови прогнозу.

4) Адекватності. Заснований на обліку можливих варіантів розвитку об'єкту та оцінку ймовірності реалізації прогнозу.

5) Адаптивності. Означає, що під впливом певних факторів економічні процеси змінюються, шляхом пристосування до умов.

Функціями прогнозування макроекономічних показників є [3; 5]:

1) науковий аналіз;

2) дослідження взаємозв'язків явищ у розвитку об'єкта прогнозування в конкретних умовах у певному періоді;

3) оцінка об'єкту прогнозу;

4) виявлення альтернативних варіантів розвитку;

5) накопичення певного досвіду для прийняття рішень.

Методами економічного прогнозування вважають [3; 4; 6]: 1) інтуїтивні (індивідуальні та колективні експертні оцінки); 2) формалізовані (екстраполяції: методи найменших квадратів, експоненціального згладжування, адаптивного згладжування, ковзаючих середніх; моделювання: структурне, сітьове, матричне, імітаційне).

У наукових роботах різних авторів представлено чимало поглядів на кількість та послідовність етапів здійснення економічного прогнозування, проте на даний момент відсутня єдина точка зору.

Так, О. Ю. Бобровська [1] пропонує наступні етапи процесу прогнозування: формування концепції прогнозу та інформаційної бази його здійснення (формулювання загальної мети прогнозу і конкретизація окремих цілей; уточнення виду, призначення результатів прогнозування і форм наведення результатів; визначення показників і характеристик стану явища, за яким складається прогноз, уточнення одиниць їх вимірювання та методів розрахунків; визначення джерел, періоду формування, збір і систематизація інформації; встановлення умов і обмежень під час формування масивів інформації; виконання дій щодо збору інформації, її систематизація; побудова рядів динаміки; аналіз стану, тенденцій і характеру змін параметрів прогнозованих явищ та процесів; подання результатів в аналітичній і графічній формах); здійснення прогнозу й обґрунтування його достовірності (оцінка якості і достовірності визначених показників для здійснених прогнозів; визначення сценаріїв очікуваних тенденцій змін явища, яке аналізується; розрахунки показників, що прогнозуються, за всіма обраними сценаріями і моделями прогнозування; верифікація прогнозів; наведення результатів прогнозу; оформлення результатів прогнозу і пропозиції щодо їх використання у відповідних сферах діяльності).

Автори [3, с. 35] виділяють такі етапи: передсценарний (опис об'єкту прогнозування, аналіз основних елементів, побудова системи моделей прогнозування) та сценарний.

На думку О. О. Фурсіна [4, с. 99] процедура розроблення прогнозу передбачає основні етапи: обґрунтування прогнозування; опис зовнішнього середовища; розроблення прогнозної моделі, розроблення альтернативного варіанту; оцінювання достовірності, точності та обґрунтованості розробленого прогнозу; розроблення рекомендацій щодо подальшого управління процесом; формулювання задач щодо розроблення нового варіанту прогнозу.

На нашу думку, доцільно представити процес прогнозування макроекономічних показників у вигляді таких послідовних етапів:

1) початковий (виявлення об'єктів та періоду прогнозу; формулювання цілей розроблення прогнозу; визначення джерел інформації; обґрунтування інструментів прогнозу);

2) аналітичний (формування для кожної цілі системи обґрунтованих показників; визначення групи експертів для проведення аналізу; збір та аналіз інформації для визначення стану об'єкту прогнозу);

3) організаційний (формування команди виконавців; обґрунтування системи основних показників для прогнозування);

4) прогнозний (розроблення безпосередньо прогнозу; визначення альтернативних сценаріїв прогнозу);

5) завершальний (моніторинг рівня результативності за варіантами прогнозу; розроблення системи контролю, стимулювання та регулювання процесу реалізації прогнозних значень).

Запропонована нами структурно-логічна схема методології прогнозування макроекономічних показників представлена на рисунку.

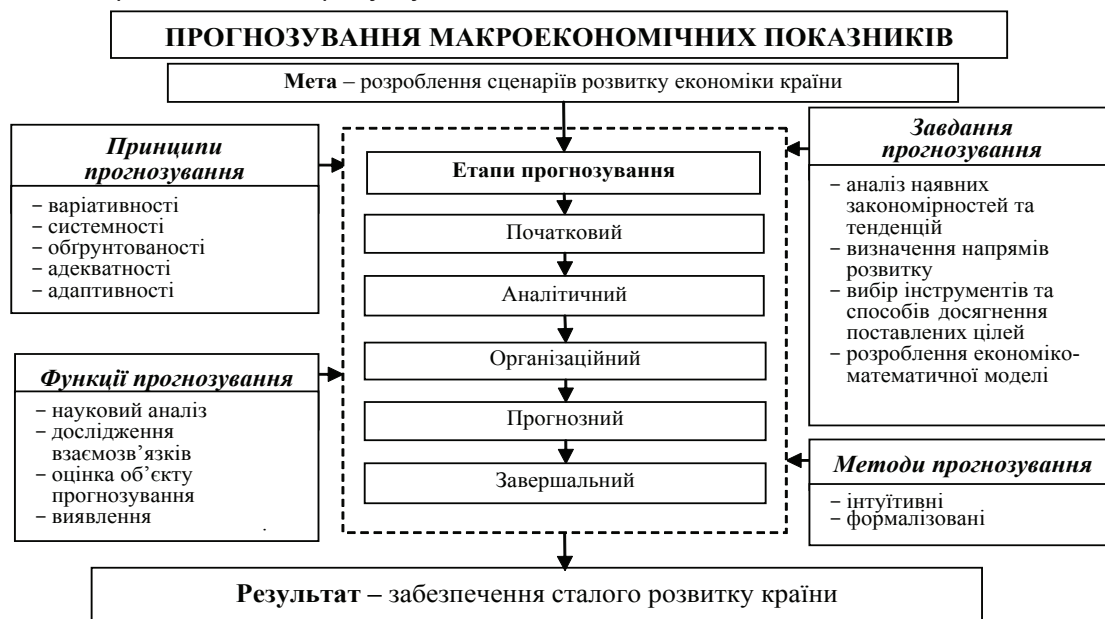


Рисунок. Складові елементи методології прогнозування макроекономічних показників країни (запропоновано автором)

Отже, невід'ємною частиною сталого розвитку національної економіки повинен стати комплексний прогноз, що дозволить сформувати єдину стратегію розвитку країни.

Висновки. Наукова новизна дослідження полягає у розробленні узагальненої структурно-логічної схеми методології прогнозування макроекономічних показників, на основі врахування основних завдань, функцій, методів та принципів.

Теоретичне та прикладне значення дослідження: удосконалення методичних підходів до прогнозування економічних показників, що сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень та дозволить знизити вплив зовнішніх факторів на розвиток національної економіки.

Перспективою подальших наукових розробок за даним напрямом є побудова економіко-математичного апарату для прогнозування розвитку економіки країни.

Література:

1. Бобровська О. Ю. Еволюція прогнозування розвитку соціально-економічних процесів: стан і напрямки удосконалення / О. Ю. Бобровська // Збірник наукових праць «Публічне адміністрування: теорія та практика». – 2011. – Вип. 2 (6). – Режим доступу до статті : [http://www.dbuara.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11boysnu.pdf](http://www.dbuara.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11boysnu.pdf).
2. Вакарчук Т. С. Державне регулювання та прогнозування розвитку національної економіки / Т. С. Вакарчук // Збірник наукових праць «Економічний Нобелівський вісник». – Дніпропетровськ : ДУЕП ім. Альфреда Нобеля, 2014. – № 1 (7). – С. 66 – 75.
3. Кореева Е. Б. Методы социально-экономического прогнозирования / Е. Б. Кореева, Е.П. Ростова. – Самара: Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2011. – 60 с.
4. Лындина М. И. Методы прогнозирования для ракетно-космической промышленности / М. И. Лындина, А. И. Орлов // Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2014. – №103 (09). – Режим доступа к статье : <http://ej.kubagro.ru/2014/09/pdf/13.pdf>.
4. Фурсін О. О. Методологія дослідження соціально-орієнтованого управління в контексті економічного прогнозування / О. О. Фурсін // Збірник наукових праць «Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії». – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2009. – Вип. 38. – С. 94 – 105.
6. Чайникова Л. Н. Изыскание метода прогнозирования уровня стратегической конкурентоспособности региона / Л. Н. Чайникова // Журнал "Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского". – 2009. – №12 (26). – Режим доступа к статье : http://vernadsky.tstu.ru/pdf/2009/12/rus_35_2009_12.pdf.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ ФОРСАЙТУ У ПЕРЕДБАЧЕННІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОЛОГИИ ФОРСАЙТА В ПРЕДВИДЕНИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

THEORETICAL FOUNDATIONS FOR THE USING OF THE FORESIGHT METHODOLOGY IN PREDICTING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES DEVELOPMENT

Описано передумови виникнення і розвитку методології Форсайту. Проаналізовано ретроспективу розвитку технологічного передбачення. Визначені обмеження практичного застосування існуючих підходів. Окреслено проблематику передбачення з врахуванням можливості використання якісних та кількісних методів. Виокремлено мету дослідження, яка обмежується передбаченнями розвитку промислових підприємств. Описано комплекс методик, що залучаються до формування засад Форсайту, а саме методу Делфі та SWOT-аналізу. Розкрито процедури роботи експертів і етапів проведення SWOT-аналізу. Запропоновано інструментарій методології Форсайту з використанням об'єктивних і суб'єктивних оцінок. Описано концептуальні засади, комплекс робіт і процедуру розробки сценаріїв розвитку на основі піраміди А. Аتكиссона (комплекс робіт з передбачення). Здійснено висновки за проведеним дослідженням. Запропоновано напрями подальших досліджень з проблематики Форсайту.

Ключові слова: Форсайт, передбачення, промислові підприємства, піраміда Аتكиссона

Описаны предпосылки возникновения и развития методологии Форсайта. Проанализированы ретроспективы развития технологического предвидения. Определены ограничения практического применения существующих подходов. Определена проблематика предвидения с учетом возможности использования качественных и количественных методов. Выделена цель исследования, которая ограничивается предвидением развития промышленных предприятий. Описан комплекс методик, используемых в формировании основ Форсайта, а именно метод Дельфи и SWOT-анализ. Раскрыты процедуры работы экспертов и этапов проведения SWOT-анализа. Предложен инструментальный методологии Форсайта с использованием объективных и субъективных оценок. Описаны концептуальные основы, комплекс работ и процедура разработки сценариев развития на основе пирамиды А. Аتكиссона (комплекс работ по предвидению). Сделаны выводы по проведенному исследованию. Предложены направления дальнейших исследований по проблематике Форсайта.

Ключевые слова: Форсайт, предвидение, промышленные предприятия, пирамида Аتكиссона.

We have described the background of the development of methodologies and Foresight as well as made the analysis of technological insight retrospective. The limit of the practical application of existing approaches was also defined. Also we have outlined the issues with regard to predicting the possibility of using qualitative and quantitative methods. Furthermore we have determined the study purposes which are limited to predictions of industrial enterprises development. We have described the complex of techniques involved in the formulation of the Foresight principles, namely Delphi method and SWOT-analysis. What is more, we have cleared up the procedures of experts work and stages of SWOT-analysis

the same as provided the strong factors of Ukrainian power industry. We've suggested a Foresight toolkit methodology using objective and subjective assessments. In addition we've described the conceptual framework, a set of works and procedure formulation scenarios of the development based on A. Atkisson's pyramid (works on predictions). The conclusions have been eventually made as well as the prospective of the further research directions on the problems of Foresight were defined.

Keywords: *Foresight, prediction, industrial enterprises, Atkisson's Pyramid*

Вступ. Для формування картини майбутнього використовується методологія Форсайту (або передбачення) [1]. Ця методологія дає можливість представити майбутнє об'єкту, яке не можна змоделювати як екстраполяцію минулого на певний відтинок часу. Зазначене пов'язано з тим, що це майбутнє набуває принципово нової форми та суті. Передбачення, тобто певною мірою визначення вихідних даних для планування стратегічних змін інноваційного розвитку підприємств певної галузі на систематичній основі розпочалося наприкінці 1980-х років, коли економічні аналітики почали займатися інноваційними системи. Отже, для планів стратегічних змін розвитку підприємств у розвинених країнах (насамперед, Великобританії, Німеччині, США, Франції, Японії) активно почала використовуватися методологія Форсайт (переклад з англ. foresight - передбачення). На сьогодні Форсайт зарекомендував себе як досить ефективний інструментарій для визначення пріоритетів у галузевому розвитку. Загалом, Форсайт – це систематизовані методичні підходи у передбаченні середньо- та довгострокового майбутнього певної предметної сфери, що ставить за мету визначення певних зон зміни параметрів, які у кінцевому результаті дадуть вигоди.

Звичайно, не існує універсальних підходів до вирішення проблематики передбачення. Як правило, існуючі методики використовують інструментарій, що базується переважно на якісних методах. Так, як передбачення – це комплекс робіт, що базується на поєднанні експертних знань та інструментарію, алгоритмів і методів. Слід зазначити, що системний аналіз можна вважати універсальною методологією для проведення передбачення. У такому випадку виникає необхідність виокремлення кожного елемента та опису взаємозв'язків у системі. Поєднання методів, наприклад, Делфі та SWOT-аналізу, розширює можливості передбачення. Подібні дослідження були здійснені на рівнях країни, регіону, галузі, технології та описані в роботах Н. В. Гапоненка[2], В. В. Масленникова, А. Н. Шмелевої[3], Т. К. Кваши А. Л. Кушнира[4]. Проте досить значний пласт проблем у цих роботах не вирішено.

Постановка завдання. За мету ставиться формування засад до використання Форсайту у передбаченні розвитку промислових підприємств. Задачами наукового пошуку є побудова інструментарію для якісного сценарію функціонування цих підприємств у середньо- та довгостроковому майбутньому. Концептуальні положення методології Форсайту передбачають використання об'єктивних і суб'єктивних оцінок (насамперед, за допомогою експертів) та методу Делфі (бальна оцінка). Саме за методом Делфі пропонується сформувати послідовність його реалізації для промислових підприємств. А основу комплексу робіт становитиме побудова піраміди, яка запропонована А. Аتكиссоном.

Методологія. З врахуванням особливостей предмету дослідження пропонується використовувати системну методологію передбачення, яка з метою формування бачення можливого майбутнього в будь-якій галузі застосовує методологію Форсайту. Поряд з цим використовуються експертні методи, системний аналіз, поєднання таких методів як Делфі та SWOT-аналіз.

Результати дослідження. З метою побудови якісного сценарію слід визначитися та вдало використати конкурентні переваги сфери діяльності, яку досліджуємо. Саме враховуючи особливості предмету дослідження нами використано методологію передбачення, яка у результаті формує бачення можливого майбутнього виробничо-комерційної діяльності підприємств на основі форсайту. Концептуальні положення цієї методології надають можливість представити майбутнє, яке не може бути повною мірою інтерпретоване як звичайне продовження минулого (екстраполяція трендів). Приймаємо те, що це майбутнє у зв'язку з певними суттєвими змінами в техніці, технології, економіці чи у політиці набуває принципово нової структури.

Передбачення ставить за необхідність, базуючись на об'єктивних і суб'єктивних оцінках, створювати сценарії майбутніх подій на короткостроковому, середньостроковому та довгостроковому відтинку часу. Розмежування на часові відтинки потрібне для побудови певної групи сценаріїв та формування оптимальної за певних умов стратегії розвитку галузі.

Ретроспектива розвитку технологічного передбачення показує, що спочатку для цього використовувалися традиційні методи математичної обробки інформації та статистичні методи. Згодом було створено методики, що базувалися на часових рядах, на регресійному аналізі, на

імітаційному моделюванню, а також різні економетричні моделі. Як правило, таке передбачення майбутнього визначає поведінку певних параметрів системи (показників, індикаторів, індексів) на певному часовому інтервалі.

Проте ці методи мають обмежене практичне застосування, що пов'язано з обмеженнями, до яких належать суттєві, різкі зміни у техніці та технології, форс-мажорні обставини державного та наднаціонального рівнів. У такому випадку звичайна ретроспектива даних не дає повної картини майбутнього, адже відсутні подібні факти у минулому. У такому випадку екстраполяція може досить приблизно відображати можливу реальність. Ця обставина суттєво обмежує можливості використання класичних методів, що побудовані на основі екстраполяції даних. Варто зазначити, що саме на фазі зміни технологічних укладів ці методи не можуть надати адекватні сценарії розвитку сфери діяльності. Сьогодні ми маємо стрибкоподібні зміни, практична відсутність монотонних процесів і характеризуються нелінійними функціональними залежностями.

На початковому етапі експертами визначається структура промислової інфраструктури (як правило, визначаються числові значення основних показників, співвідношення складових тощо), яка буде відповідати поставленим середньо- та довгостроковим цілям дослідження. Форсайт інфраструктури майбутньої сфери діяльності промислових підприємств здійснюватиметься методом Делфі. Основою є висновок групи експертів про поведінку (зміну) характеристик досліджуваної системи. Отримані результати за обробкою експертного опитування у подальшому будуть використовуватися для побудови можливих сценаріїв. Слід зазначити, що для спрощення роботи експертів розробляються опитувальні форми – спеціальні таблиці, що адаптовані для вирішення завдань експертизи.

З метою проведення аналізу на середньо- та довгострокову перспективи розробляються різні форми, хоча вони можуть мати окремі спільні частини. Форми, як правило, у вигляді таблиць мають містити як описову частину, так і числову оцінку тих параметрів, які описуються. При можливості приводяться реальні числові значення тих показників, які описуються, а при неможливості чи ускладненні допустимою є використанням бальної оцінки.

За методом Делфі здійснюється наступна послідовність:

- 1) підбір групи експертів, що належним чином володіють предметом експертизи чи рівень їх знань з проблематики належний;
- 2) формулювання мети, яку маємо намір досягти у результаті вирішення проблематики;
- 3) розробка опитувальної форми (як правило, у вигляді таблиці);
- 4) опитування групи експертів (використовується розроблена форма);
- 5) використання математичного апарату статистичної обробки даних опитування (результатом є нові знання з проблематики передбачення);
- 6) аналіз кожним експертом отриманих і оброблених результатів, а також опрацювання думок усіх експертів і висновків усієї групи;
- 7) при виникненні у експерта бажання скорегувати свої дані (як правило, таке трапляється після обробки всіх форм, що пов'язано з появою нових знань і ці знання дещо змінюють існуючі погляди на проблематику експерта). У такому випадку здійснюється повторна обробка даних згідно до пункту 5.
- 8) пункти від 5 до 7 виконуються до тих пір, поки всі експерти не перестануть коригувати свої форми. В окремих випадках після багаторазового виконання пунктів 5 – 7 у відповідях експертів не досягається консенсусу. зазначене свідчить про наступне: 1) неможливо розв'язати проблематику; 2) дещо не вдалий підбір експертів; 3) не вірно використано методуку. У такому випадку варто повторити етапи, починаючи з першого.
- 9) група експертів приймають консенсусне рішення шляхом колективного аналізу отриманих і оброблених даних
- 10) узагальнення результатів та їх інтерпретація.

Проведення більш глибокого дослідження потребує використання SWOT-аналізу. Експертами виділяється низка факторів, які суттєво впливають на об'єкт дослідження. Окремо виділяємо фактори (чи індикатори), які представляють сильні, слабкі фактори розвитку підприємницької сфери, а також можливості та загрози для її подальшого розвитку. Варто формувати окремі таблиці для середньо- та довгострокової перспектив. Як і в попередній методиці за методом Делфі, слід використовувати не тільки якісну оцінку факторів, а й приводити числові значення тих показників, що характеризують той чи інший фактор.

Подальша пошукова робота має містити процедуру розробки сценаріїв розвитку промислових підприємств. Сценарії також можуть розроблятися на коротко- та довгострокову перспективи. У нашому випадку доцільно взяти середньостроковий сценарій з обмеженням часового періоду

2020 роком, а довгостроковий – 2030 роком. Системність дослідження потребує зважання на те, що будь-яка підприємницька сферає не тільки галузь економіки, а й сфера, яка певним чином впливає на навколишнє середовище. До того ж продукти промисловості забезпечують належний рівень життя Людини, тобто високий рівень якості та безпеки життя. Саме останнє входить до концептуальних засад сталого розвитку. У такому випадку доцільно використовувати основні положення цієї концепції. Зазначимо, що такими є гармонійне поєднання економічної, екологічної та соціальної складових. Концептуальні положення також передбачають розмежовувати індекс якості життя та індекс безпеки життя. Вагомими дослідженнями займався А. Аткиссон [5], який окрім екологічного (nature), економічного (economy), соціального (society) виміру, використовує розумний розвиток (wellbeing).

Положення сталого розвитку та концептуальні засади, що розроблені А. Аткиссоном, надають основу для формування концептуальних засад методики передбачення для промислових підприємств України. Основними положеннями цього інструментарію є виконання наступних етапів:

1) визначення показників, які суттєво визначають теперішній стан промисловості та показників, які на думку експертів можуть визначати подальший розвиток підприємств на середньо- та довгострокову перспективу;

2) групування показників за елементами впливу (економічні, екологічні, соціальні);

3) створення карти взаємозв'язків у системі;

4) системний аналіз і візуалізація результатів аналізу;

5) експертне опитування про стан та перспективи розвитку промислових підприємств;

6) обробка результатів експертизи;

7) формування сценаріїв розвитку промислових підприємств України.

Комплексом робіт також передбачається здійснення поступової побудови піраміди (рисунок). Основу формування обрано за А. Аткиссоном, використано також його підхід до назв рівнів піраміди. Послідовністю реалізації положень є наступна (англійські позначення для 1-4 етапів запозичені в положеннях, що розроблені А. Аткиссоном, 5 – запропоновано нами):

1) I (indexes) – Формування структури показників, що характеризують сферу діяльності;

2) S (system) – Створення карти системи, формування матриць, визначення зв'язків між елементами

3) In (innovations) – Визначення можливих інновацій та можливостей їх реалізації

4) Str (strategy) – Побудова стратегій та сценаріїв розвитку сфери діяльності

5) D (development) – Реалізація розроблених заходів на практиці.



Рисунок. Піраміда комплексу робіт з передбачення

Комплекс вказаних робіт здійснюється шляхом виконання послідовності наступних кроків.

Крок 1. Формується група експертів, що є фахівцями як у промисловій сфері, так і в сферах економіки, екології, соціальної сфери.

Крок 2. Визначається мета та часові відтинки проведення Форсайту.

Крок 3. Формується основа піраміди (створюються таблиці числових значень показників, які характеризують сферу діяльності).

Крок 4. Створюється карти системи, формуються матриці, визначаються зв'язки між елементами (показуються у вигляді причинно-наслідкових діаграм).

Крок 5. На основі попереднього кроку визначається головний тренд, що впливає на розвиток сфери діяльності.

Крок 6. Визначаються можливість реалізації інновацій у сфері діяльності.

Крок 7. На базі аналізу інновацій, запропонованих експертами, з врахуванням аналітичної обробки даних (таблиці, матриці, зв'язки) формуються стратегії та сценарії.

Слід враховувати, що для значної кількості факторів варто враховувати обмеження для підприємств, які є на сьогодні і будуть на період розробки сценаріїв.

Висновки. Запропонований інструментарій методології Форсайту передбачає використання об'єктивних і суб'єктивних оцінок (експертиза) та методу Делфі. Положення методології дають можливість представити майбутнє, яке не може бути повною мірою інтерпретоване як звичайне продовження минулого, а з врахуванням суттєвих змін у техніці, технології, економіці чи у політиці.

Науковою новизною є методичний підхід до формування та використання інструментарію Форсайту для підприємств окремої галузі, який, на відміну від існуючих, надає можливість на основі методів Делфі (запропонована послідовність етапів), SWOT-аналізу із залученням експертів, а також процедур розробки сценаріїв розвитку на піраміди А. Аткиссона (комплекс робіт з передбачення) здійснити якісні передбачення

Подальших наукових досліджень потребує впровадження запропонованого методичного підходу для передбачення варіантів розвитку промислових підприємств (сценаріїв їх розвитку на довгострокову перспективу).

Література:

1. Згуровский М. З. Системна методологія передбачення. К.: Політехніка, 2001, — 52 с.
2. Гапоненко Н. В. Форсайт. Теорія. Методологія. Опыт : монографія / Н. В. Гапоненко. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 239 с.
3. Масленников В. В. Форсайт развития теории и технологии менеджмента: основы методологии : монография / В. В. Масленников, А. Н. Шмелева. - М. :Русайс, 2014 - 128 с.
4. Кваша Т.К. Проведение Форсайта и трансфера технологий в Украине / Т. К. Кваша, А. Л. Кушнир // Современные подходы взаимодействия ВУЗов с наукоемким бизнесом : материалы V Международного Форума От науки к бизнесу – СПб. – 2011.– С. 110-113.
5. Аткиссон А. Как устойчивое развитие может изменить мир / А. Аткиссон. – М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – 456 с.

Кравченко М.О.*канд. економ. наук, доцент,
Національний технічний університет України «КПІ»*

ПРОБЛЕМИ І НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

PROBLEMS AND DIRECTIONS OF IMPROVING OF THE STATE SECTOR ENTERPRISES IN ECONOMY OF UKRAINE EFFICIENCY

В статті розглянуті проблеми управління підприємствами державного сектору економіки України. Узагальнено та класифіковано засади внутрішньої економічної політики країни як ключової основи діяльності підприємств. Виявлено принципові протиріччя між положеннями законодавчої бази, нормативними регламентами та методологічними підходами до управління державним сектором економіки; розкрито їх невідповідність засадам внутрішньої економічної політики. Проаналізовано економіко-правове середовище функціонування підприємств державного сектору. Досліджено невідповідність сформованої практики призначення керівників державних та муніципальних підприємств чинній нормативній базі. Проведено порівняльний аналіз систем оплати праці керівників таких підприємств в Україні та Росії, виявлено недосконалість та суперечливість вітчизняної системи. На цих засадах сформульовано висновок про необхідність реформування та приведення у відповідність системи управління підприємствами державного сектору, запропоновано першочергові заходи удосконалення управління.

Ключові слова: підприємство, державний сектор економіки, внутрішня економічна політика, управління.

В статье рассмотрены отдельные проблемы управления предприятиями государственного сектора экономики Украины. Обобщены и классифицированы принципы внутренней экономической политики страны как основы деятельности предприятий. Выявлены принципиальные противоречия между положениями законодательной базы, нормативными регламентами и методологическими подходами к управлению государственным сектором экономики; раскрыто их несоответствие принципам внутренней экономической политики. Проанализирована экономико-правовая среда функционирования государственных предприятий. Исследовано несоответствие сложившейся практики назначения руководителей таких предприятий действующей нормативной базе. Проведен сравнительный анализ систем оплаты труда руководителей предприятий в Украине и России, выявлена противоречивость отечественной системы. На этой основе сформулирован вывод о необходимости реформирования и приведения в соответствие системы управления предприятиями государственного сектора и предложены первоочередные мероприятия.

Ключевые слова: предприятие, государственный сектор экономики, внутренняя экономическая политика, управление.

Some of the problems of managing enterprises of state sector in Ukraine are revealed in the article. The principles of domestic economic policy as a main basis for businesses are summarized and classified.

The fundamental contradictions between provisions of the legal framework, normative regulations and methodological approaches to the management of state sector of economy are detected as well as disclosed their discrepancy to principles of internal economic policy. Economic and legal environment of state sector functioning are analyzed. The maladjustment of existing practice of managers of state and municipal enterprises appointment with current normative base are studied. A comparative analysis of managers salary system in Ukraine and Russia are performed, imperfections and inconsistency of domestic salary system are revealed. On this basis opinion on the necessity of reforming and bringing in conformity of state enterprises management system are formulated.

Keywords: *enterprise, public sector of economy, internal economic policy management.*

Вступ. Державний сектор економіки представлений в усіх країнах світу. Його доцільність, а також суттєвий вплив на економіку країни є безсумнівним. Створення системи управління державним сектором економіки є одним із основних завдань державної політики України [1, 2]. Проблеми підвищення ефективності діяльності державних підприємств набувають стратегічного значення.

Питанням розвитку державного сектора економіки у сучасних умовах господарювання присвячені праці В. Варнавського, А. Гальчинського, А. Мельника, О. Пасхавера, М. Чумаченка. Проблеми ефективності діяльності підприємств державного сектора висвітлені в працях Є. Балацкого, А. Джумова, І. Жадана, М. Камишанської, В. Конишева, Л. Кузьменко, Л. Червоної, М. Чечетова, В. Цветкова та інших.

Однак ефективність діяльності вітчизняних державних підприємств залишається надзвичайно низькою, їх можливості не використовуються повною мірою, через що не вдається досягнути динамічного розвитку. Це пояснюється не лише тим, що в процесі формування ринкової економіки найбільш привабливі об'єкти державної власності виявилися приватизованими, що привело до підризу матеріальної основи державного сектору, але й значними пробілами в теоретико-методологічних та практичних дослідженнях в цьому напрямку. Крім того, існують значні протиріччя між положеннями законодавчої бази, нормативними регламентами та методологічними підходами до управління державним сектором економіки. Це дає ґрунт для наукових досліджень у напрямку пошуку можливостей підвищення ефективності діяльності державних підприємств.

Постановка завдання. Стаття присвячена виявленню та аналізу проблем, що стримують розвиток підприємств державного сектору економіки України та обґрунтуванню напрямків підвищення ефективності їх діяльності.

Методологія. Дослідження проводилося на основі загальнонаукової методології, що передбачає системний підхід до вирішення проблем. Застосовувалися загальнонаукові методи: наукової абстракції, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, якісного та кількісного аналізу. Теоретичною базою є концепції, положення й висновки, що містяться в наукових працях вітчизняних і закордонних економістів. Інформаційну базу дослідження склали літературні джерела за даною темою, документи й матеріали органів державної влади. Емпіричною основою є дані статистичних збірників, публікації періодичних видань.

Результати дослідження. Державний сектор становить значну частку національної економіки України (37 відсотків валового внутрішнього продукту) та відіграє важливу роль в її реальному секторі. Однак, за результатами оцінки Міністерства економічного розвитку України, 60 відсотків державних підприємств є неефективними [2]. Для виявлення проблем, що стримують розвиток підприємств державного сектору, доцільно виділити систему чинників, які визначають статичну і динамічну ефективність діяльності підприємств.

За загальним визначенням, підприємство, не залежно від форми власності, є суб'єктом господарювання, що здійснює підприємницьку діяльність. Підприємництво представляє собою самостійну, ініціативну, системну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [4, ст. 42]. Система чинників, які визначають статичну і динамічну ефективність функціонування підприємств, складається із наступних конструктивних блоків:

1. Зовнішнє господарське (економіко-правового) середовища, у якому знаходяться підприємства.
2. Принципи і стратегії функціонування і розвитку підприємств.
3. Система управління підприємством, яка містить в собі підсистеми ідентифікації господарського середовища, формалізації мети, імплементації її у виробничих та економічних планах і завданнях структурних підрозділів, ресурсного забезпечення, персоналізації завдань, контролю, оцінки діяльності.

4. Система економічної і морального мотивації (стимулювання) персоналу у дотриманні належної виробничої поведінки відповідно до чинних регламентів та загальної мети підприємства.

5. Корпоративна доктрина (регламентний кодекс) поведінки працівників.

6. Організаційна структура підприємства.

7. Організаційно-правова форма та конструкція підприємства.

Підприємства досягають максимальної ефективності лише у разі повної взаємної відповідності всіх зазначених складових. Їх більша чи менша взаємна невідповідність знижує можливості розвитку підприємства.

Держава, державні органи та органи місцевого самоврядування не є суб'єктами господарювання [4, ст. 8-1], оскільки вони не є персоніфікованими носіями її виробничих, технологічних, соціальних та економічних інтересів, які є рушійною силою підприємства. У зв'язку з цим всі чинники державного підприємства повинні забезпечувати повну ідентифікацію інтересів всіх персоніфікацій, які від імені держави здійснюють ті чи інші повноваження і управлінські функції, з інтересами держави.

В іншому випадку виникатиме «конфлікт інтересів», державні підприємства будуть в тій чи іншій мірі відірваними від інтересів держави і діяти всупереч їм. Така ситуація є притаманною практично для всіх країн, де інституційна структура державного сектору не розбудована належним чином, а самі інституції організовані несистемно.

Проаналізуємо більш детально характер впливу окремих чинників ефективності діяльності на державні підприємства.

Згідно чинного законодавства України, управління державним сектором економіки має здійснюватися відповідно до засад внутрішньої та зовнішньої політики в цілому та засад внутрішньої політики в економічній сфері зокрема [4, ст. 21-1]. Засади внутрішньої політики в економічній сфері можуть бути узагальнені, як представлено в таблиці.

Таблиця 1

Узагальнення засади внутрішньої політики України в економічній сфері

Складова політики	Напрями політики
1. Антициклічна	1.1. Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, високих темпів її зростання, макроекономічної стабільності. 1.2. Гарантування державою непорушності усіх форм власності. 1.3. Впровадження європейських підходів у сфері делегування функцій держави суб'єктам господарювання. 1.4. Забезпечення ефективного управління об'єктами державної власності, запровадження прозорого та ефективного механізму реалізації державою своїх прав власника
2. Структурна	2.1. Досягнення високого рівня енергетичної безпеки, диверсифікація джерел постачання енергоносіїв, збільшення обсягу їх видобутку. 2.2. Формування інфраструктури ринку земель. 2.3. Розбудова транспортної інфраструктури, інтеграція транспортних мереж України у міжнародні транспортні коридори. 2.4. Переведення українських газо-, нафто- та електричних мереж на умови функціонування, що діють у державах ЄС. 2.5. Ефективне використання земель сільськогосподарського призначення, формування конкурентоспроможного АПК.
3. Інноваційно-інвестиційна	3.1. Інтенсифікація інвестиційної та інноваційної діяльності, створення системи страхування інвестиційних ризиків, стимулювання спрямування заощаджень громадян на інвестування економіки. 3.2. Економічне стимулювання для заохочення модернізації виробництва, спрямування інвестицій у новітні технології, формування інноваційної інфраструктури та державних програм промислової модернізації. 3.3. Перехід від фіскальної до інвестиційно-орієнтованої моделі приватизації. 3.4. Розвиток механізмів державно-приватного партнерства для залучення інвестицій у модернізацію промислової інфраструктури. 3.5. Проведення ринкових інструментів акумулювання і перерозподілу довгострокових фінансових ресурсів.

Складова політики	Напрями політики
4. Науково-технічна	4.1. Підвищення ролі вищої освіти і науки як основ «економіки знань». 4.2. Реформування, розвиток системи вищої освіти і науки, забезпечення їх інтеграції в світовий освітній і науковий простір, запровадження принципів та стандартів Болонського процесу у ВНЗ. 4.3. Забезпечення ефективного захисту права інтелектуальної власності, в тому числі авторських і суміжних прав.
5. Конкурентна	5.1. Розвиток конкуренції, забезпечення регулювання діяльності природних монополій, недопущення проявів монополізму. 5.2. Детінізація економіки, створення сприятливих умов для діяльності економічних агентів у легальному правовому полі. 5.3. Зниження тиску на бізнес з боку контролюючих органів. 5.4. Розвиток внутрішнього ринку, підвищення його ефективності та вдосконалення механізмів державного регулювання, забезпечення збалансованості попиту та пропозиції на окремих ринках. 5.5. Перехід на європейську модель ринкового нагляду, якості та безпеки продукції. 5.6. Впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій виробництва.
6. Грошово-кредитна (монетарна)	6.1. Проведення ефективної політики управління державним боргом. 6.2. Розвиток, зміцнення банківської системи та небанківських фінустанов. 6.3. Підвищення рівня захисту прав вкладників. 6.4. Забезпечення інституційної і фінансової незалежності НБУ. 6.5. Підвищення результативності державних видатків. 6.6. Розвиток ліквідного та надійного фондового ринку, ефективне функціонування системи депозитарного обліку цінних паперів.
7. Бюджетно-податкова (фіскальна)	7.1. Проведення раціональної податкової політики, зниження податкового навантаження на економіку, розширення бази оподаткування. 7.2. Проведення прозорої, виваженої бюджетної політики. 7.3. Перенесення податкового навантаження з мобільних факторів виробництва (праці та капіталу) на споживання, насамперед шкідливої для здоров'я людей продукції, ресурсні та екологічні платежі.
8. Цінова	8.1. Забезпечення низького рівня інфляції. 8.2. Проведення узгодженої антиінфляційної політики та забезпечення цінової і валютно-курсової стабільності.
9. Соціальна	9.1. Ведення обов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення. 9.2. Створення сприятливих умов підприємництва, спрощення умов започаткування бізнесу та виходу з нього, спрощення системи дозволів.
10. Регіональна	10.1. Забезпечення економічної збалансованості розвитку регіонів, узгодженості напрямів їх розвитку із загальнонаціональними потребами.
11. Природо-охоронна (екологічна)	11.1. Збереження навколишнього середовища, вдосконалення національної екологічної політики, стимулювання розвитку екобезпечних технологій. 11.2. Підвищення рівня захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру. 11.3. Впровадження системи збалансованого використання ресурсів.

Джерело: складено автором на основі [1]

На сьогоднішній день законодавча база, нормативні регламенти і методологічні підходи до управління державним сектором економіки і підприємства не відповідають засадничим принципам державної політики. Зокрема, таким як «впровадження європейських підходів у сфері делегування функцій держави суб'єктам господарювання» (табл., п. 1.3) або «забезпечення ефективного управління об'єктами державної власності, запровадження прозорого та ефективного механізму реалізації державою своїх прав власника» (табл., п. 1.4).

Окремі положення засад економічної політики держави суперечать одне одному. Наприклад, законом передбачено «розвиток конкуренції» (табл., п. 5.1) та лише «зниження тиску на бізнес з боку контролюючих органів» (табл., п. 5.3). Крім того, засадами економічної політики взагалі не передбачено суттєвого скорочення частки державного і комунального секторів економіки.

Для керівництва господарською діяльністю підприємства власники або уповноважений ними орган призначає чи обирає керівника підприємства. Деперсоніфікований характер державної та муніципальної власності значно ускладнює можливості ідентифікації інтересів власників, підприємств і найманих працівників і, таким чином, можливості ефективного використання економічного та виробничого потенціалу підприємств цих форм власності.

Також слід зазначити, що в основному державні та муніципальні підприємства охоплюють такі види діяльності, для яких зазначені вище економічні чинники не є вирішальними, або які відносяться до сфери природних чи інших монополій, і на них не поширюється конкуренція.

Як правило, з метою гармонізації інтересів власників, керівників та працівників укладаються трудові угоди, що регулюють їх взаємовідносини. Але практика укладення контрактів найму керівників державних та комунальних підприємств з уповноваженими державними органами управління, з одного боку, та колективних договорів між трудовими колективами і керівниками самих підприємств, з іншого боку, фактично не забезпечує гармонізації інтересів персоніфікованих учасників підприємництва з інтересами неперсоніфікованої «абстрактної» держави або її уповноважених органів ні на стадії їх укладення, ні на стадії контролю за їх виконанням, і носить, переважно, формальний характер.

Практика призначення керівників таких підприємств не відповідає або лише формально відповідає чинній нормативній базі, якою передбачено відбору кандидатур на конкурсних засадах [5]. Зокрема, введення процедури погодження кандидатур керівників таких підприємств з головами місцевих державних адміністрацій [6] практично суперечить сутності конкурсного відбору та нейтралізує його результати.

Більш того, наявність профільної освітньої підготовки та практичного досвіду керівництва підприємствами в ринкових умовах формально не є обов'язковою передумовою для участі у конкурсах і фактичного призначення на посади керівників державних підприємств. Члени виконавчих та контролюючих органів управління державними підприємствами призначаються або обираються без проходження будь-якої формалізованої та незалежної процедури тестування відповідності їх кваліфікації і досвіду посадовим вимогам.

Такі поширені у світі інструменти узгодження інтересів менеджменту з інтересами підприємств і їх власників, як участь у прибутках та капіталі, в Україні практично не застосовуються, за винятком окремих галузей. Та навіть в цих галузях участь керівників у прибутках підприємств обмежується 10 мінімальними заробітними платами.

Хоча, наприклад, в Росії, де стартові умови в період переходу до ринкових умов господарювання були практично рівними з українськими, навіть керівники компаній третього ешелону за обсягами продаж отримують посадові оклади у розмірі 300-400 тисяч доларів на рік, а також преміальні виплати (бонуси) в розмірі від одного до двох річних окладів в залежності від досягнутого рівня виконання цільових завдань поточного року.

Посадові оклади керівників найбільших російських підприємств становлять близько 1 млн. дол. на рік, а річні бонуси – в розмірах від одного до півтора посадових окладів. В середньому ж виконавчі керівники державних корпорацій в Росії мають посадові оклади у розмірі 500-600 тис. рублів на місяць (18-20 тис. доларів), тобто близько 216-240 тис. доларів на рік. Приблизно стільки ж, скільки в середньому (219 тис. доларів) отримують контролюючі менеджери західноєвропейських компаній. Щоправда, останнім часом заробітна плата в основному є залежною від кінцевих результатів роботи підрозділів та підприємств. Причому, якщо у попередні роки співвідношення зарплати до бонусів в державних компаніях Росії складало відповідно 80/20 або 60/40, то останніми роками спостерігається збільшення частки бонусів (50/50 або навіть 40/60) [7].

На відміну від зазначених прикладів, в Україні формою типового контракту з керівниками підприємств, що є у державній власності, взагалі не передбачена залежність рівня заробітної плати чи преміальних виплат керівникам від розмірів активів, прибутків чи рентабельності підприємств, якими вони керують [8]. Навіть не зважаючи на те, що відповідна норма передбачена законом України «Про управління об'єктами права державної власності», де сказано, що «керівникам державних підприємств може виплачуватися винагорода за результатами фінансово-господарської діяльності цих підприємств за рахунок їх чистого прибутку» [9, ст. 14].

Публічний контроль за діяльністю підприємств, в тому числі за допомогою біржових котирувань

цінних паперів, емітованих ними, який є найбільш ефективним, в Україні також застосовується не-системно.

Що стосується господарського середовища в країні, воно надзвичайно нестабільне, суперечливо регламентоване та фіскально акцентоване. Ситуація ускладнюється впливом таких чинників як недосконале судочинство і правоохоронна система, збільшення частки тіньової економіки, «незрілість» громадянського суспільства. Зокрема, правоохоронна система працює за алгоритмом презумпції винуватості, а не рідко й прямо пов'язана з організованою злочинністю й тіньовою економікою. Частка тіньової економіки, за різними оцінками, коливається в межах від 45 відсотків (за даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України) до 60 відсотків (за оцінкою західних економістів) від офіційного обсягу валового внутрішнього продукту.

Отже повністю обґрунтованим є те, що за рейтингом Всесвітнього банку «Doing Business», який оцінює умови ведення бізнесу в країнах, Україна в 2013 році посіла лише 112 місце серед 189 країн світу (при тому, що за рік відбулася позитивна динаміка цього показника, викликана, на думку експертів, запровадженням системи електронної звітності). В тому числі за критеріями легкості отримання дозволів на будівництво, підключення до загальнодержавних електричних мереж та прозорості стягнення податків — відповідно 68-е, 182-е та 157-е місця. І лише за двома критеріями із десяти — умови отримання кредитів та забезпечення їх виконання — Україна посідала місця в межах першої півсотні. Прогнозні оцінки на 2015 рік дещо вищі, але не суттєво [10].

Узагальнюючи, слід зазначити, що стан державного сектору в Україні характеризується такими негативними рисами як: недосконалість структури та організаційно-правових форм господарювання; суперечливістю нормативно-правової бази та розпорошеністю і неузгодженістю функцій управління між окремими органами; неефективною системою управління як уповноважених органів, так і менеджменту самих підприємств; відсутністю належної прозорості при прийнятті стратегічних рішень, наявністю проявів корупції та рейдерства; і, як наслідок, низькими показниками ефективності діяльності та доходності активів.

Висновки. З урахуванням визначених проблематичних умов діяльності, підприємствам державного сектору економіки України надзвичайно важко забезпечити ефективність своєї діяльності. Зміна організаційно-правових форм підприємств, зокрема, їх організаційна консолідація, є важливою, але недостатньою передумовою її підвищення. Вона дозволить отримати лише разовий економічний ефект за рахунок економії витрат внаслідок централізації деяких виробництв і функціональних підрозділів або скорочення невиробничої сфери. На мою думку, для цього необхідне системне реформування всієї системи управління державною власністю. Починаючи з правових засад і мотивації керівників до покращання результатів діяльності, та закінчуючи кардинальним підвищенням рівня стратегічного планування розвитку підприємств, забезпеченням ефективного публічного контролю за рішеннями уповноважених органів і ефективністю діяльності державних підприємств. І саме консолідація державних активів (концентрація і централізація капіталів) дозволить створити необхідні й достатні передумови для комплексного покращання моделі функціонування й інноваційного розвитку державного підприємництва та більш повного розкриття потенціалу державного сектору економіки.

Науковою новизною дослідження є ідентифікація та висвітлення протиріч між положеннями законодавчої бази, нормативними регламентами та методологічними підходами до управління підприємствами державного сектору економіки України, що є обов'язковою передумовою для формування напрямів підвищення ефективності їх діяльності. Отримані результати потребують подальшого науково-методичного опрацювання та уточнення. Необхідним є приведення у відповідність нормативно-законодавчої бази та розробка адекватної методології управління державним сектором економіки у відповідності до засад внутрішньої економічної політики України.

Література:

1. Про засади внутрішньої і зовнішньої політики: Закон України від 01.07.2010р. №2411-VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>.
2. Державна програма активізації розвитку економіки України на 2013—2014 роки [Електронний ресурс]: затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 27.02.2013р. №187 // Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. — Режим доступу http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246247059.
3. Рудченко О. Управління державним сектором: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / О. Рудченко, М. Шкільняк // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2011. — Вип. 2 (5). — Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11roytp.pdf>.
4. Господарський кодекс України. Прийнятий Верховною Радою України 16.01.2003р. №436-IV

[Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

5. Про проведення конкурсного відбору керівників державних суб'єктів господарювання: Постанова Кабінету Міністрів України від 03.09.2008р. №777 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/234-2005-%D0%BF>.

6. Про деякі питання забезпечення здійснення повноважень місцевими державними адміністраціями: Указ Президента України від 16.04.2010р. № 542/2010 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/11077.html>.

7. Экономика падает, а бонусы топ-менеджерам растут. Реалии современной России и СНГ [Электронный ресурс] // Новости политических партий России и СНГ. — Режим доступа: <http://www.qwas.ru/russia/kprf>.

8. Про типову форму контракту з керівником підприємства, що є у державній власності: Постанова Кабінету Міністрів України від 02.08.1995р. №597 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/597-95-%D0%BF>.

9. Про управління об'єктами державної власності: Закон України від 21.09.2006р. №185-V [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/185-16>.

10. Doing business — 2014. Measuring Business Regulation / The World Bank Group [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/ukraine>.

УДК 330.341.424

Макогон Ю.В.

доктор економ. наук, професор,

Подунай В.В.

канд. економ. наук

Донецький національний університет

ПЕРЕДУМОВИ ПЕРЕХОДУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЕТАП ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

ПРЕДПОСЫЛКИ ПЕРЕХОДА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ НА ЭТАП ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

PREREQUISITES OF TRANSITION NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE TO THE STAGE OF POST-INDUSTRIAL DEVELOPMENT

В роботі розглянуто відмінні риси індустріальної та постіндустріальної економік. Проаналізовано сучасний стан світової науково-технологічної сфери, виокремлено країни-лідери за показниками інноваційної діяльності. Визначено місце України в світовому інноваційному просторі, доведено, що створення сприятливих умов для розвитку та підвищення ефективності наукової й інноваційної діяльності є пріоритетним завданням державної інноваційної політики розвинених країн, адже вплив науково-технічної та інноваційної сфер на розвиток і зростання економічної системи набуває вирішального значення в процесі побудови постіндустріального суспільства. Обґрунтовано, що перспективними напрямками розвитку сучасного суспільства в Україні можуть стати наступні галузі: машинобудування; приладобудування; розвиток виробництва оборонно-промислового комплексу; роз-

виток гірничо-металургійного комплексу на базі ресурсозберігаючих, екологічно чистих технологій; розвиток хімічної та нафтохімічної промисловості; інформаційні технології.

Ключові слова: індустріальна економіка, постіндустріальна економіка, інноваційна сфера, технологічний розвиток, промисловість.

В работе рассмотрены отличительные особенности индустриальной и постиндустриальной экономик. Проанализировано современное состояние мировой научно-технологической сферы, выделены страны-лидеры по показателям инновационной деятельности. Определено место Украины в мировом инновационном пространстве, доказано, что создание благоприятных условий для развития и повышения эффективности научной и инновационной деятельности является приоритетной задачей государственной инновационной политики развитых стран, поскольку влияние научно-технической и инновационной сфер на развитие и рост экономической системы приобретает решающее значение в процессе построения постиндустриального общества. Обосновано, что перспективными направлениями развития современного общества в Украине могут стать следующие отрасли: машиностроение; приборостроение; развитие оборонно-промышленного комплекса; развитие горно-металлургического комплекса на базе ресурсосберегающих, экологически чистых технологий; развитие химической и нефтехимической промышленности; информационные технологии.

Ключевые слова: индустриальная экономика, постиндустриальная экономика, инновационная сфера, технологическое развитие, промышленность.

The paper discusses the features of the industrial and post-industrial economies. The current state of the world's scientific and technological sphere is analyzed, the country's leaders in terms of innovation is highlighted. The place of Ukraine in the global innovation space is determined, it is proved that the creation of favorable conditions for the development and effectiveness of research and innovation is a top priority of the state innovation policy in developed countries, because the impact of science and technology and innovation sectors for the development and growth of the economic system is crucial in the process of building a post-industrial society. It is proved that perspective directions of development of modern society in Ukraine may be the following industries: machine building; instrumentation; the development of the military-industrial complex; development of mining and metallurgical complex based resource, environmentally sound technologies; development of chemical and petrochemical industry; information technology.

Keywords: industrial economy, post-industrial economy, the innovation sphere, technological development, industry.

Вступ. Сучасний економічний розвиток суспільства багато в чому зумовлений прогресом в науково-технологічній сфері. Поява нових техніко-технологічних засобів виробництва зумовлює становлення нових інституційних форм товарно-грошових, виробничих і суспільних відносин, формує нові стереотипи мислення і моделі економічної поведінки індивідів і груп. Колишні, традиційні методи господарювання індустріальної епохи вже не можуть забезпечити належну комерційну ефективність. Відбувається активний перехід суспільства в інформаційну фазу, а суб'єкти господарювання дію в новому середовищі постіндустріальної економіці.

Формування інформаційного суспільства в індустріально розвинених країнах підкріплюється помітними структурними зрушеннями в економіці, пов'язаними з розширенням масштабів використання ІКТ. Сучасні тенденції розвитку світової економіки створюють фундамент для інтенсивного формування інформаційного суспільства.

У сучасній глобальній економіці новітній міжнародний поділ праці тісно взаємодіє з етнокультурним розмаїттям організаційних форм і економічної поведінки, що мають різне інституційно-культурне походження. Розвиток національної економіко-галузевої структури, інкорпорованої в глобальну економіку, передбачає врахування та використання етнокультурних особливостей людських ресурсів, особливо їх інноваційного потенціалу.

Проблеми особливостей міжнародного науково-технологічного розвитку та впливу інновацій на розвиток економічних систем в умовах побудову постіндустріального суспільства висвітлені у роботах класиків та представників сучасних течій міждисциплінарних досліджень: В. Гейця [12], Дж. Гелбрейта [3], М. Кастельса [5], М. Кондратьєва [6], Дж. Несбіта [9], В. Семіноженка [11], Л. Федулової [13], А. Чухна [14], Ю. Яковця [15] та інших вчених.

Постановка завдання. Метою роботи є аналіз сучасного стану інноваційної складової

національної економіки для визначення перспективних напрямів та передумов формування в Україні постіндустріальної економіки.

Методологія. Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять фундаментальні положення сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем формування постіндустріальної економіки в Україні, використано систему методів і підходів, які забезпечують концептуальну єдність дослідження – загальнофілософський метод діалектичного пізнання; метод абстрактно-логічного аналізу; методи системно-структурного та економіко-статистичного аналізу та ін.

Результати дослідження. Індустріальна економіка заснована на промисловості. На її завершення вказують кілька ознак. По-перше, продовжує знижуватися частка доданої вартості промисловості в структурі ВВП. По-друге, продовжує падати частка зайнятих у промисловості в структурі загальної зайнятості в масштабах країн. По-третє, зменшується вплив капіталу на економічне зростання. Хоча частка промислової економіки знизилася, якісні та кількісні показники індустріальної економіки та промислової продуктивності зросли. Ця зміна дивним чином нагадує зниження ролі сільськогосподарської економіки більше 200 років тому. Постіндустріальна економіка заснована в першу чергу на знаннях і даних. Вона характеризується трьома важливими характеристиками:

1. У національній економіці зростає частка галузей, заснованих на знаннях.
2. У національній структурі зайнятості підвищується частка працівників інтелектуальної праці.
3. Помітно збільшується внесок інновацій в економічне зростання.

Сучасними концепціями постіндустріалізму досі не виділено чітких, однозначних і доказових кількісних критеріїв, які дозволили б визначити, чи досягла певна країна рівень постіндустріалізації. Наприклад, це 50, 60 або 70 відсоткова частка послуг у структурі національного ВВП, що призводить до подальших методологічних неточностей. Мова йде про те, які саме країни можна вважати «вже» постіндустріальними, а які - «ще» немає. Чи можна вважати економіки США, Японії та країн ЄС «постіндустріальними»? Д. Белл відповідає на це питання суперечливе: «... якщо ми визначимо постіндустріальне суспільство як таке, де стався зсув від промислового виробництва до сфери послуг, то виходить, що Великобританія, майже вся Західна Європа, США і Японія вступили в постіндустріальну епоху. але якщо визначити інформаційне суспільство як таке, в якому існують одночасно і науковий потенціал, і здатність до трансформації наукових знань на кінцевий продукт (high tech), то можна вважати, що тільки США і Японія відповідають цій умові» [4]. Тим складніше стає використання подібних критеріїв, а загальна методологічна невизначеність концепції постіндустріалізму створює додаткові перешкоди для спроб практичного застосування цієї теорії до економіки України.

Найчастіше під галузями постіндустріальної економіки розуміються ті, які пов'язані з виробництвом, розповсюдженням та обслуговуванням галузі знань та інформації. Вони включають три головні сфери: виробництво знань (дослідження і розробки), її поширення (сфера освіти, інформаційна та культурна індустрії) та обслуговування галузі знань (професійні послуги, деякі види медичних послуг, а також державна і громадянська служби). У 1996 році частка інформаційної складової в національних економіках країн ОЕСР вже перевищувала 50%.

Однією з типових рис постіндустріальної економіки є популяризація інформації та мережевих взаємодій. Спосіб виробництва в цій економіці істотно відрізняється від способів виробництва в індустріальній або аграрній економіці. Якщо в індустріальному виробництві ключову роль відіграють механізація, електрифікація, стандартизація, спеціалізація і великомасштабна економіка, то у виробництві знань на перший план виходять інтенсифікація знань, інформатизація, мережева взаємодія, розвиток сфери послуг, глобалізація та диверсифікація.

Основними ознаками розвитку постіндустріальної економіки є:

1. У сфері виробництва: інтенсивне використання знань і послуг; виробництво зерна нижче, ніж виробництво знань; індустрія знань важливіше матеріальної індустрії; турбота про довкілля;
2. У сфері циркуляції: глобалізація ринку; розвиток віртуальних ринків; швидка зміна ринку; віртуальні гроші; електронні карти оплати;
3. У сфері розподілу: розподіл на основі заслуг і згідно соціальної справедливості; капітал знань та інвестиції рівноправні як критерії розподілу [10].

Проведення моніторингу і аналізу стану наукового потенціалу, фінансового забезпечення, результативності наукової й інноваційної діяльності (особливо це стосується робіт, що виконуються за рахунок бюджетного фінансування) є одним із найважливіших шляхів отримання інформаційно-аналітичної бази як підґрунтя для прийняття оптимальних управлінських рішень щодо розвит-

ку наукового потенціалу, визначення найбільш раціональних підходів до фінансування наукових досліджень й інноваційних проектів, вдосконалення процесів створення і впровадження результатів наукової й інноваційної діяльності.

Кількісними критеріями ступеня розвитку постіндустріального суспільства відносять такі: видатки на освіту та НДДКР; обсяг експорту інноваційної та високотехнологічної продукції; зовнішня торгівля товарами ІКТ; кількість зареєстрованих патентів; частка, яку займає країна у світовому ринку інновацій; ефективність фінансових вкладень у сферу НДДКР; кількість та ефективність інноваційно-виробничих структур; частка національних витрат на НДДКР у загальносвітовому показнику; частка виробництва послуг у ВВП, а також частка зайнятих у виробництві послуг трудових ресурсів. Світовими лідерами за таким показником, як внутрішні видатки на НДДКР є Ізраїль, Фінляндія, Південна Корея, Швеція та Японія. За підсумками 2012 р., Україна витрачає на дослідження та розробки 0,9% від ВВП (рис. 1).

Світовий досвід показує, що створення сприятливих умов для розвитку та підвищення ефективності наукової й інноваційної діяльності є пріоритетним завданням державної інноваційної політики розвинених країн, адже вплив науково-технічної та інноваційної сфер на розвиток і зростання економічної системи набуває на сучасному етапі вирішального значення. Головним механізмом реалізації стратегічних цілей державної інноваційної політики є стимулювання наукової й інноваційної діяльності.

Інтенсивність перебігу глобалізаційних процесів у світовій економіці вимагає від України відповіді на низку важливих економічних викликів, визначальним серед яких є здатність до своєчасного й ефективного впровадження передових досягнень у галузі науки, техніки і новітніх технологій.



Рис. 1. Внутрішні витрати держав на дослідження і розробки у відсотках до ВВП, 2012 р [1].

Підсумки інвестиційного та інноваційного розвитку України останніх років засвідчують підвищення ролі цілеспрямованої державної політики, орієнтованої на підтримку цілісності інноваційного процесу – від наукової розробки до інвестування масового виробництва. Це сприяло покращенню місця України у Глобальному інноваційному індексі (ГІІ) і Глобальному індексі конкурентоспроможності (ГІК). На міжнародному рівні в рейтингу ГІІ 2012 Україна посідає 63 місце серед 141 країн світу проти 60-го місця серед 125 країн світу у 2011 р. До факторів, які визначають якість інноваційної діяльності, можна віднести рівень розвитку вищої освіти й стан сфери досліджень і розробок:

– за рівнем розвитку вищої освіти Україна у 2012 р. посіла 34 місце (39 – у 2011 р.), зокрема за показником охоплення вищою освітою – 8, за часткою випускників наукової та інженерної спрямованості – 19 місце;

– оцінка сфери досліджень і розробок включає 3 показники: кількість дослідників на 1 млн. населення – 44 місце, витрати на R&D – 37 і якість дослідницьких інститутів – 69 місце;

– за результативністю наукових досліджень Україна у 2012 р. посіла 30 місце (40 – у 2011 р.), зокрема за показниками: зі створення нових наукових знань, що характеризується кількістю патентів та наукових статей – 21 місце, поширення знань – 55, впливу знань – 66 місце[2; 8].

За багатьма науковими напрямками наша країна сьогодні дійсно входить до списку лідерів світової науки. При цьому парадоксальним є той факт, що одночасно із збільшенням активності в інноваційній діяльності, Україна залишилася єдиною державою, яка впродовж багатьох років не мала стратегічно виваженої державної науково-технічної політики, в якій досі не сформовано цілісну інноваційну систему, і де наука практично не задіяна в забезпеченні економічного зростання [4].

Наслідки подібного несумлінного ставлення держави до побудови науково-технічної політики невтішні. Українська наука завдяки активним діям провідних наукових центрів здатна займати лідируючі позиції у світових рейтингах. Але українська держава хронічно відстає від розвинених країн. Більш того, в останні роки це відставання значно поглибилося, що є ознакою експлуатації екстенсивної моделі зростання та інфляції ресурсів інтенсивного розвитку. Тобто того розвитку, який в підсумку і дає нову якість життя, новий рівень виробничої культури, нову структуру економіки [11].

Промисловий потенціал України є одним з системоутворюючих елементів національної економічної системи та суспільства в цілому. Вітчизняна промисловість забезпечує 45% валового випуску продукції та 25% робочих місць. Промислові підприємства забезпечують значну частку доходів державного бюджету та соціальних фондів, заробітної плати працюючої частини населення, формують інвестиційний потенціал країни, визначають спрямованість її інноваційного розвитку. Однак, незважаючи на це, українська промисловість і надалі залишається технологічно відсталою, а тому неефективною та неконкурентоспроможною. Значний ступінь зносу основних фондів свідчить про використання застарілих та ресурсоемних засобів виробництва, що обмежує реалізацію потенціалу промисловості.

Реалії сучасної економічної ситуації в Україні свідчать, що на відміну від розвинених країн, які до 85–90 % приросту ВВП забезпечують шляхом виробництва експорту високотехнологічної продукції, наша країна, посідаючи за кількістю науковців одне з чільних місць у світі, недостатньо використовує свій інноваційний потенціал. Продовжує деградувати ринок науково-технічної продукції внаслідок незначного попиту на інноваційні розробки через низьку платоспроможність вітчизняних споживачів [4]. Тому становище в інноваційній сфері України досі залишається незадовільним: якщо в розвинених країнах питома вага інноваційно активних підприємств знаходиться в межах 60–70 %, то у нас – близько 12 % (Рис. 2).

Ситуація в промисловості на сьогодні така, що підприємства потребують новітніх технологій, вимагають впровадження сучасного обладнання. Очікується, що держава стане активно залучати інвестиції в експортоорієнтовані галузі. Перехід від сировинної економіки до інноваційної – одна з найактуальніших тем сьогодні.

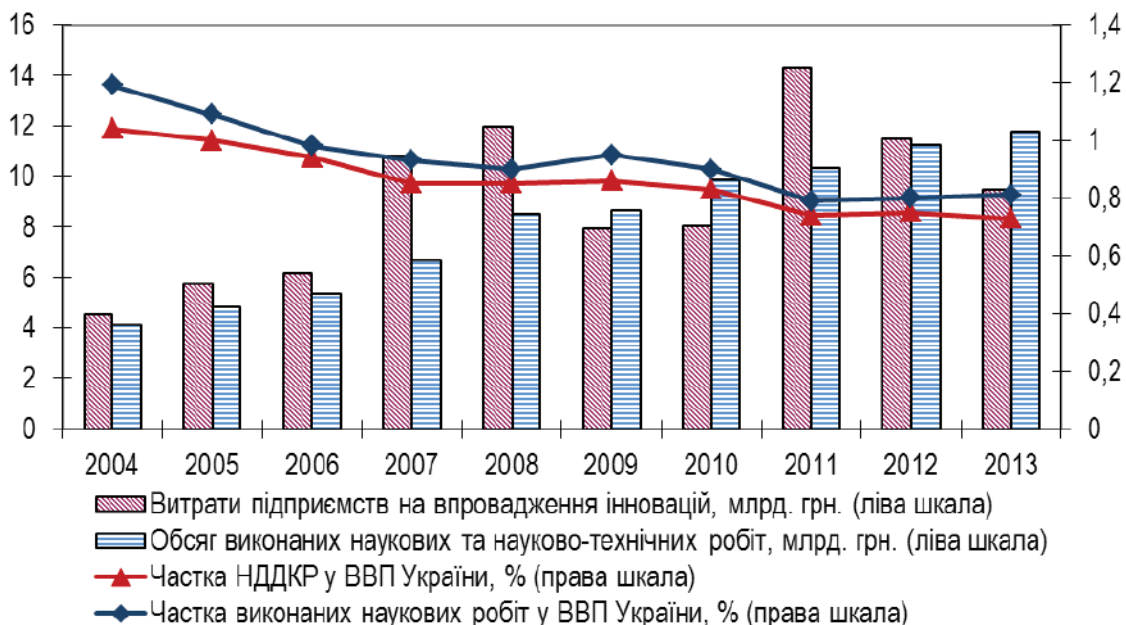


Рис. 2. Інноваційна складова розвитку економіки України у 2004–2013 рр. [4]

Високий інноваційний потенціал міститься в машинобудуванні, металургії, хімічній та нафтохімічній галузях, що мають найбільші частки інноваційно активних підприємств та є лідерами з освоєння виробництва інноваційної продукції та впровадженням нових технологічних процесів. Це пояснюється, насамперед, історично високим науковим потенціалом цих галузей, наявністю кваліфікованих кадрів, високим (порівняно з іншими галузями) рівнем витрат на інноваційну діяльність.

Крім вищезгаданої проблематики промисловості України, на динаміку основних експортноорієнтованих галузей впливає і несприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура, яка спостерігається протягом останніх років.

Багатогалузевий машинобудівний комплекс – потужний сектор промисловості України, який займає важливе місце в основних показниках промислового розвитку. Частка галузі в обсязі реалізованої промислової продукції України становила в 2014 р. 11,2 %. У машинобудуванні зосереджено 21,8 % вартості основних засобів та 15,6 % оборотних активів промисловості, в області працює понад 20 % чисельності працівників вітчизняної промисловості.

Машинобудування є одним з лідерів інноваційної діяльності в промисловості України. У 2013 р. частка інноваційно-активних підприємств у галузі становила 24,5 % від загальної кількості підприємств області, що вище середнього по промисловості рівня на 8,3 % [8].

Для України металургія є однією з фундаментальних галузей економіки. 70% металургійної продукції йде на експорт і забезпечує значну частину бюджетних надходжень до державного бюджету, що робить економіку країни надзвичайно чутливою до змін на зовнішніх ринках. Але в результаті низького технологічного рівня металургійних підприємств експорт більш ніж на 50 % становить металопродукція низьких переділів [4].

Хімічний та нафтохімічний комплекс України характеризується наявністю розгалужених зв'язків з іншими галузями економіки, виробляючи продукцію, яка використовується підприємствами металургійної, харчової, легкої промисловості, сільськогосподарства і т.д. Тому забезпечення інноваційного розвитку хімічної та нафтохімічної промисловості України сприятиме створенню значного синергетичного ефекту в економіці завдяки виготовленню нових і вдосконалених матеріалів, розробки та впровадження передових технологій у виробництві.

Підприємства хімічної та нафтохімічного комплексу України зберігають орієнтацію на виробництво продукції основної хімії з низькою доданою вартістю, тоді як перспективні інноваційні виробництва залишаються нерозвиненими. Підприємства галузі недостатньо використовують потенціал впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, диверсифікації джерел енергопостачання, а також розвитку малотоннажних виробництв на базі існуючих підприємств галузі.

Нині інноваційні процеси у вітчизняній промисловості мають переважно екстенсивний характер і нові види продукції освоюються в основному шляхом використання науково-технічних надбань попередніх років. Безумовно, такий тип інноваційного розвитку має досить вузькі межі і не дає змоги підтримувати конкурентоспроможність на належному рівні протягом тривалого часу.

Висновки. Отже, основою технологічного розвитку національної економіки та промисловості має стати комплексна модернізація виробництва із запровадженням сучасних досягнень вітчизняної і світової науки й техніки. Пріоритетними галузями промисловості, які можуть забезпечити високий технологічний розвиток Україні, визначені такі:

- 1) машинобудування (виробництво авіаційної і ракетно-космічної техніки, транспортне машинобудування, енергетичне машинобудування, сільгоспмашинобудування);
- 2) приладобудування (технічне переоснащення систем зв'язку й транспорту, реалізація енергозберігаючих технологій, виробництво діагностичних систем і медичної апаратури, виробництво елементної бази й комплектуючих);
- 3) розвиток виробництва оборонно-промислового комплексу (виробництво радіолокаційних систем, ракетних систем широкого спектра призначення, засобів радіо- та космічного зв'язку);
- 4) розвиток гірничо-металургійного комплексу на базі ресурсозберігаючих, екологічно чистих технологій;
- 5) розвиток хімічної та нафтохімічної промисловості (виробництво гумових і пластмасових виробів, хіміко-фармацевтичної промисловості);
- 6) інформаційні технології.

Після фінансової кризи наука, технологія і інновації (НТІ) вносять життєво важливий внесок у процес стійкого і міцного відновлення економіки і в довгострокові перспективи економічного зростання у всіх країнах світу. НТІ можуть відкрити нові шляхи вирішення деяких основних проблем, що стоять перед суспільством: демографічні зміни, глобальні проблеми охорони здоров'я та зміни

клімату. Для виконання цих завдань країнам життєво необхідно зберегти продуктивні інвестиції у знання. НТІ ніколи не грали більш важливої ролі.

Економічні події останніх років були джерелом серйозних труднощів в області НТІ. Компанії зіткнулися зі зниженням попиту, а також з проблемами наявності кредитування, які підірвали їх зусилля, спрямовані на підтримку інноваційної діяльності. Різке скорочення торгівлі, іноземних інвестицій і доступу до міжнародного фінансування також мали негативні наслідки, які відбилися на глобальному ланцюгу вартості, що забезпечує компанії технічними знаннями і досвідом, ринковою інформацією, діловими контактами та міжнародними партнерами.

Розвиток та реалізація науково-технологічного потенціалу промисловості дозволить здійснити позитивні зміни у технологічній структурі промисловості шляхом подолання науково-технологічного відставання, що має здійснюватись в рамках переходу України до стратегії інноваційного прориву. Слід підтримувати інноваційну діяльність підприємств, у рамках розвитку міжнародної кооперації, стимулювати попит на інновації та активне їх впровадження в промисловості, ліквідувати розрив між наукою і виробництвом, стимулювати комерціалізацію вітчизняних науково-технологічних розробок на вітчизняних підприємствах, забезпечити патентно-ліцензійну безпеку вітчизняних компаній.

Література:

1. OECD Factbook 2013 Economic, Environmental and Social Statistics [Електронний ресурс] // OECD iLibrary. – Режим доступу: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-factbook-2013/expenditure-on-r-and-d_factbook-2013-60-en.
2. The Global Innovation Index 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalinnovationindex.org/gii/main/fullreport/index.html>.
3. Гелбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества / Дж. К. Гелбрейт. – М.: Прогресс, 1979. – 406 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] // Держкомстат. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / М. Кастельс, П. Химанен; пер. с англ. А. Калинина, Ю. Подороги. – М.: Логос, 2002. – 219 с.
6. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н.Д. Кондратьев. – М.: Экономика, 2002. – 767 с.
7. Макогон Ю.В., Медведкін Т.С. Інноваційний розвиток країни як засіб забезпечення зростання глобальної економічної системи // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – Збірник наукових праць. Маріуполь: ПДТУ, 2013. – С. 189-194
8. Науково-технологічна сфера України [Електронний ресурс]. – К.: Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України, 2013. – 25 с. – Режим доступу: http://www.dknii.gov.ua/?q=system/files/buklet_2013.pdf.
9. Несбитт Дж. Что нас ждет в 90-е годы: мегатенденции. Год 2000: десять новых направлений на 90-е годы: пер. с англ. / Д. Несбитт, П. Эбурдин. – М.: Республика, 1992. – 415 с.
10. Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001-2010): пер. с англ. / под общей ред. Н.И. Лапина; предисл. Н.И. Лапин, Г.А. Тосунян. – М.: Весь Мир, 2011. – 256 с.
11. Семиноженко В. «Инвестиции в новые знания»: Государственное агентство по вопросам науки, инноваций и информатизации Украины. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dknii.gov.ua/2010-10-05-14-41-28/446-2011-06-20-15-53-59>
12. Україна у вимірі економіки знань / за ред. акад. НАН України В.М. Гейця; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. – К.: Основа, 2006. – 592 с.
13. Федулова Л.І. Особливості економіки знань на сучасній фазі розвитку суспільства: теорія і практика розбудови в Україні / Л.І. Федулова, Т.М. Корнеева // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №4 (106). – С. 73-86.
14. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / А. А. Чухно. – К.: Логос, 2003. – 631 с.
15. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века / Ю.В. Яковец. – М.: Экономика, 2004. – 444 с.

Шашина М.В.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

МОДЕЛІ МЕХАНІЗМУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ СЕКТОРОМ ЕКОНОМІКИ

МОДЕЛИ МЕХАНИЗМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ СЕКТОРОМ

MODELS MECHANISM OF CORPORATE GOVERNANCE PUBLIC SECTOR

Досвід реалізації механізму управління державними корпоративними правами в умовах ринкової економіки має свої особливості. В національних економіках наявне різноманітне поєднання державної власності, як базисної основи державного сектору економіки, і господарських суб'єктів ринку. Узагальнення тенденцій організації механізму управління корпоративними правами державного сектора дозволяє виявити інституційні складові його становлення, використання яких в національній економіці сприятиме забезпеченню ефективного управління державною власністю. Практики функціонування економік розвинутих країн свідчать, що державний сектор є інструментом за допомогою якого держава виконує регулюючу функцію. Виходячи з цього припущення, розглянуто основні моделі механізму корпоративного управління державним сектором, які представляє практика світового господарства. Проаналізовано їх вплив на поведінку макроекономічних показників, структуру економіки за секторами, схильність до розвитку відповідних галузей на основі запровадження корпоративної моделі управління останніми. Визначено недоліки національного механізму корпоративного управління державним сектором та намічено напрями подальшого теоретичного і практичного розвитку порушеного кола питань.

Ключові слова: моделі, механізм управління, корпоративні права, державний сектор.

Опыт реализации механизма управления государственными корпоративными правами в условиях рыночной экономики имеет свои особенности. В национальных экономиках имеется разнообразное сочетание государственной собственности, как базовой основы государственного сектора экономики, и хозяйственных субъектов рынка. Обобщение тенденций организации механизма управления корпоративными правами государственного сектора позволяет выявить институциональные составляющие его становления, использование которых в национальной экономике будет способствовать обеспечению эффективного управления государственной собственностью. Практики функционирования экономик развитых стран свидетельствует, что государственный сектор является инструментом с помощью которого государство выполняет регулируемую функцию. Исходя из этого предположения, рассмотрены основные модели механизма корпоративного управления государственным сектором, которые представляет практика мирового хозяйства. Проанализировано их влияние на поведение макроэкономических показателей, структуру экономики по секторам, склонность к развитию соответствующих отраслей на основе внедрения корпоративной модели управления последними. Определены недостатки национального механизма корпоративного управления государственным сектором и намечены направления дальнейшего теоретического и практического развития нарушенного круга вопросов.

Ключевые слова: модели, механизм управления, корпоративные права, государственный сектор.

Experience implementing mechanism for managing state corporate rights in a market economy is different. As national economies existing diverse mix of public property as basic foundations of the public sector and business entities market trends generalization mechanism of corporate governance of the public sector reveals the institutional component of its formation, the use of which in the national economy will promote effective management of state property. Practice of the economies of developed countries shows that the public sector is the tool by which the state performs a regulatory function. Based on this assumption, the basic model of corporate governance mechanism the public sector, which represents world-class economy. Analyzes their impact on the behavior of macroeconomic indicators, economic structure by sector, susceptibility to the development of relevant industries through the introduction of corporate management model last. Determined deficiencies of national corporate governance mechanism and planned public sector areas for further theoretical and practical development of impaired range of issues.

Keywords: model management mechanism, corporate law, the public sector.

Вступ. У вітчизняній економічній науці питанням корпоративного управління наприкінці минулого століття почали приділяти помітну увагу. Це пов'язано з процесами трансформації економіки й об'єктивною необхідністю становлення нової системи відносин заснованої на принципах корпоративного управління. Зокрема, дослідженням правових проблем, пов'язаних з управлінням корпоративними правами займаються О.М.Каптуренко [6], О.В.Федькович [10]. Однак за цим напрямом, у реалізації українського законодавства відсутня однозначність теоретичних та практичних позицій, особливо відносно корпоративних прав держави. Щодо реалізації механізму корпоративного управління державою, то слід відмітити таких науковців Л.Є Довгань [4], Д.І. Погрібний [7] та інш., які зробили значний внесок у розвиток вітчизняних підходів до розуміння реалізації основних інструментів управління корпоративними правами держави. Разом з тим, потребує подальшого дослідження системність використання зазначених інструментів, що проявляють себе неоднозначно залежно від макро- та мікрочинників, які визначають відповідні моделі корпоративного управління.

Постановка завдання. Розглянути основні моделі механізму корпоративного управління державним сектором, проаналізувати їх вплив на розвиток економіки в цілому та за секторами у розрізі загальносвітових тенденцій і національної економіки.

Методологія. При розкритті суті предмету дослідження було використано структурний аналіз, що у поєднанні з загальнонауковими методами узагальнення та порівняння надав можливість охарактеризувати наявні моделі механізму корпоративного управління. Розкриття об'єкту дослідження здійснювалось за допомогою методів спостереження і графічного відображення.

Результати дослідження. При розгляді суб'єктивного права держави брати участь в управлінні товариства слід розрізняти зовнішню та внутрішню площини цього права, оскільки існують такі фактори впливу як політичні, економічні, соціальні тощо процеси. Звідси, зовнішня площина права держави брати участь в управлінні товариства проявляється через розробку корпоративного законодавства, а внутрішня - брати участь в управлінні товариства через міру її можливої поведінки як суб'єкта господарських відносин [7].

Державні корпоративні права реалізуються наявністю акціонерної власності в господарських товариствах. Зокрема, відповідно до «Рекомендацій ОЕСР з корпоративного управління у державних товариствах» (2005 року) термін «державне товариство» відноситься до товариств, в яких держава має значну участь у статутному фонді товариства через стовідсоткову, неконтрольну або значну частину у статутному капіталі товариства.

Так, в Австралії, Бельгії, Туреччині у всіх державних товариствах держава має майже стовідсоткову частку участі у статутних капіталах товариств. В Чехії, Швеції, Великій Британії майже три чверті акціонерних товариств підконтрольних державі, в Італії та Канаді до 70 % [2].

Найбільш розповсюдженою формою таких товариств є закрите товариство та товариство з обмеженою відповідальністю, на них діють норми корпоративного законодавства. Але деякі країни, наприклад Чехія, управляють своїми державними товариствами відповідно до спеціального законодавства, або до законів, прийнятих спеціально для деяких державних товариств.

Кожна система корпоративного управління в різних країнах має свої відмінності, що дозволяє говорити про неї, як про окремі типи або моделі корпоративного управління [3]. На сьогодні можна виділити три основні моделі корпоративного управління: англо-американську, засновану на зовнішньому контролі, німецьку, орієнтовану на внутрішні механізми впливу та японську. Правове

оформлення моделей корпоративного управління (правовий інструментарій) засновано на реальних економічних процесах, у тому числі глобалізаційних.

Як вже зазначалось вище, внутрішня площина суб'єктивного права держави брати участь в управлінні товариства проявляється через міру її можливої поведінки як суб'єкта господарських відносин. На нашу думку ця участь залежить не лише від правового аспекту а й від структури власності та складу ключових учасників корпоративних відносин.

Так, корпораціями США та Великої Британії в цілому управляють зовнішні акціонери (аутсайдери). Тому не дивно, що в США створений ринок капіталу, а Лондонська біржа стала третьою по показнику капіталізації. Оскільки більшість громадян цих країн є акціонерами до того ж не однієї корпорації, існують досить жорсткі правила розкриття інформації про діяльність корпорації.

Крім того, обов'язкове погодження акціонерів необхідно при виборі ради директорів та призначенні аудиторів корпорації. Але в США акціонери не мають права встановлювати розмір дивідендів. Рада директорів самостійно встановлює, скільки дивідендів виплачувати акціонерам на їх акції. У Великій Британії, навпаки, це питання відноситься до компетенції зборів акціонерів.

Оскільки кількість акціонерів, що не працюють в корпораціях, велика, всі зареєстровані акціонери отримують поштою повну інформацію про проведення зборів, річний звіт корпорації та бюлетень для голосування. При цьому підготовку загальних зборів та обробку його результатів здійснюють спеціальні консультативні фірми [2].

Структура власності США, де основними власниками є інституціональні інвестори, значно відрізняється від німецької моделі корпоративного управління. Основною відмінною рисою німецької моделі є висока концентрація акціонерного капіталу [12, с.49]. Тому власники німецької моделі на відміну від власників англо-американської моделі мають можливість і зацікавлені у використанні права власника й особистій участі в контролі за менеджментом корпорації [11].

Японська система корпоративного управління має подібні риси з німецької, однак вона має й істотні відмінності. Хоча японська модель корпоративного управління формувалася після II-ї Світової війни під впливом політики США, у той же час менталітет японської економіки, на нашу думку, вніс істотні корективи, і сьогодні японська система корпоративного управління, ми вважаємо, ближче до німецької, і має деякі відмінності від англо-американської.

Ключовими учасниками корпоративних відносин у Японії є головний банк (основний внутрішній акціонер), афільована корпорація або кейрецу (ще один внутрішній власник), правління й уряд. Слід звернути увагу, що взаємодія між цими учасниками направлена на встановлення ділових контактів, а не на баланс, як в англо – американській моделі. В управлінні японськими корпораціями ключову роль відіграє державна економічна політика. Ця політика передбачає офіційне чи не офіційне представництво уряду в Раді корпорації, у випадках коли вона знаходиться у скрутному фінансовому стані.

Відповідно моделі корпоративного управління відрізняються структурою управління. Так, Рада директорів у США згідно правовим нормам - унітарна, до її складу входять як менеджери, так і зовнішні директори. Між ними немає законодавчо розділених функцій у діяльності Ради Директорів, це питання залишається в компетенції власників корпорації.

В німецькій моделі корпоративного управління є підбір членів виконавчої ради й у разі потреби їх звільнення. Крім цього, наглядова рада відповідає за затвердження балансового звіту, щорічного звіту корпорації, великих капіталовкладень, закриття виробництв і визначає рівень дивідендів. Серед співучасників у Радах директорів часто присутні уповноважені від банків, великих постачальників, рідше від груп споживачів і громадських організацій [12, С.85-87]. У великих підприємствах звичайно власники складають 30% Наглядової ради (всього 20 чоловік), інші співучасники – 20%, за винятком службовців – 50% місць [12, с.83] . Такий склад Наглядової ради, як основного інструменту контролю в рамках корпоративного управління, характеризує частку інвесторів, включених у систему корпоративного управління.

Таким чином, проведений нами аналіз діяльності Ради директорів німецької моделі дозволяють зробити припущення, що головним зобов'язанням системи представництва у Раді директорів є не захист інтересів якоїсь однієї групи інвесторів, а визнання загальної мети всіх співучасників корпорації, та підтримка конкурентоздатності корпорації.

На відміну від німецької моделі, в японській моделі у Раду директорів входять представники банків лише в кризових ситуаціях. Також у кризових ситуаціях уряд Японії уводить своїх повноважних представників і одночасно здійснює підтримку на шляху виходу з кризи. Ця модель корпоративного управління, як і німецька, характеризується високим відсотком банків у складі акціонерів компаній. При цьому думку суспільства в управлінні корпораціями підтримують «кейрецу», тобто групи компаній, об'єднаних спільним власником та управлінням. Насправді «кейрецу» – це мере-

жа компаній, що характеризується спільним позичковим капіталом. Вони займаються торгівлею товарами та наданням послуг. Ця система корпоративного управління є досить складною. У раді директорів корпорацій Японії обов'язково присутні офіційні та неофіційні представники уряду. При цьому японці вважають, що це дає можливість уряду вирішувати проблеми зайнятості населення. Більшість японців мають постійне місце роботи [2, с. 13].

Основним елементом зовнішнього механізму корпоративного управління вищезазначених моделей є корпоративний контроль. Його провідна роль в системі корпоративного управління в США пов'язана з впливом наступних факторів. По-перше, з найкращим розвитком фондового ринку США, що дозволяє вільно продавати власникам приналежні їм акції. По-друге, найбільшою розпорошеністю акції корпорацій США, що приводить до відсутності у власників багатьох корпорацій контрольного пакета акцій, достатнього для контролю за менеджментом корпорації.

У більшій частині німецьких корпорацій (особливо зі значно розпорошеним акціонерним капіталом) банки можуть цілком визначати склад наглядової ради (за винятком службовців) і блокувати будь-які рішення. Відсутність розвинутого ринку корпоративного контролю в німецькій моделі компенсується ефективним механізмом контролю з боку Ради директорів [12, с. 91].

Більшість німецьких корпорацій надає перевагу банківському фінансуванню (кредитуванню), а не акціонерному (емісія акцій). Тому і капіталізація фондового ринку Німеччини, на відміну від США, невелика. Банк одночасно виступає як акціонер корпорації і як її кредитор. Він також виконує функції емітента цінних паперів та боргових зобов'язань. Крім того, банк є депозитарієм корпорації, а також голосуючим агентом на річних загальних зборах [2].

У японській моделі корпоративного управління акціонерні відносини базуються навколо ключового банку або фінансово-промислової групи. Банки є основними утримувачами акцій корпорації. Банки надають своїм корпоративним клієнтам кредити та послуги по випуску облігацій, акцій, впровадженню розрахункових рахунків, а також консалтингові послуги.

Розглядаючи механізми контролю, необхідно відзначити, що в США банки не виконують тієї ролі в області контролю в рамках корпоративного управління, як у японській і німецькій моделях. Це пов'язано з тим, що антимонопольне законодавство США не дозволяє сполучати різні функції банків – кредитування (кредитні банки), випуск акцій і облігацій (інвестиційні банки), довірче управління акціями (спеціалізовані консалтингові компанії).

В англо-американській моделі найбільш важливими механізмами контролю за менеджерами, на нашу думку, є: формування грошової винагороди менеджерів та контроль з боку фондового ринку. В німецькій, та японській моделях найбільш повно знайшли відображення інтереси не тільки фінансових інвесторів: власників, банків, кредиторів і ін., але й не фінансових інвесторів: службовців, постачальників, громадських організацій.

Таким чином, функціонування системи управління корпоративною власністю в країнах з ринковою економікою, обумовлено існуванням різних моделей корпоративного управління. Проаналізовані моделі корпоративного управління, як ми уже відзначали, одержали своє поширення і за межами країн формування. Одним з факторів поширення тієї або іншої моделі корпоративного управління та реалізації корпоративних прав держави у світовій економіці є, на нашу думку, ступінь впливу країни на геополітичний порядок у світі.

В наш час, в Європейському співтоваристві на державних господарських об'єктах зайнято більше 8 млн. чоловік, що складає майже 11, 0% всіх працюючих по найму. На них приходиться 12,5% новоствореної власності та майже 20% валових капіталовкладень в основні фонди (окрім сільського господарства). Державні підприємства переважають в енергетиці (біля 70% всіх зайнятих в цій галузі в Європейському співтоваристві), транспорт і зв'язок (біля 60,0% зайнятих); в фінансовому секторі (30,0%). Також у Франції, Італії, Іспанії, Португалії, державний сектор має велике значення в таких галузях, як металургія, суднобудування, машинобудування, хімія, харчова промисловість, атомна енергетика, дослідження космосу [13].

У багатьох країнах з ринковою економікою державним підприємствам, належить значна частка ВВП, зайнятості, ринкової капіталізації (див. табл.).

Наприклад, у Китаї центральному урядові підпорядковано 17 000 держпідприємств, а місцевим органам влади - 150 000; 1 200 держпідприємств, зареєстровані на Шанхайській і Шеньчженьській фондових біржах, де майже всі компанії з прямою або опосередкованою участю держави і на Гонконгській фондовій біржі, де китайські держпідприємства складають до 35% ринкової капіталізації, та створюють 18% ВВП і мають сукупну ринкову капіталізацію, рівну 40% ВВП.

В Індії в державному секторі 240 підприємств. Ці підприємства випускають 95% вугілля, 66% нафтопродуктів, 83% природного газу, 32% стали, 35% алюмінію і 27% всіх азотних добрив у

країні. Понад однієї тисячі підприємств із державною участю налічується в колишніх соціалістичних країнах - Польщі і Чехії. У Греції, Іспанії, Німеччині й інших від 20 до 50 державних підприємств. У Канаді, Франції, Великобританії, Австрії, Японії, Швеції і Фінляндії від 50 до 120.

Таблиця

Частка державної власності в економіках країн ЄС у 1990 р. [5]

Країни	У кількості зайнятих, %	У ВВП, %	У капітало-вкладеннях, %	У середньому по країні, %
Німеччина	10,1	11,1	16,8	12,6
Італія	15,0	20,0	26,0	20,3
Великобританія	9,0	12,0	17,0	12,7
Франція	17,6	19,5	34,9	24,0
Іспанія	6,0	14,0	21,0	13,6
Голландія	6,3	11,0	7,0	8,1
Бельгія	11,0	8,3	14,0	11,1
Португалія	12,1	21,0	35,0	22,7
Греція	10,0	19,0	40,6	23,2
Данія	8,2	6,0	20,0	11,4
Ірландія	10,5	14,7	20,7	15,3

Аналізуючи організацію регулювання державної власності, можна простежити відмінності відносносфердіяльності, організаційно-правових форм державних підприємств, стану інституційного середовища. Сутність дій держави (за практикою західних держав) полягає в інвестуванні у галузі, що мають першорядне значення для розвитку суспільства. Наприклад, становлення і значний обсяг державної власності у французької економіці обумовлений необхідністю капіталовкладень для реалізації стратегічних великомасштабних проектів. Їх здійснення підштовхнуло до створення державних підприємств, які мали свою адміністративну раду і можливість розробки певних напрямків розвитку, а також отримання позик як від держави, так і від інших інвесторів («Поштове відомство», «Франс Телеком» та ін.) [14].

В умовах ринкової трансформації України, реформування відносин власності, представляє інтерес досвід зарубіжних країн, які пройшли етап активного адміністративного управління державним майном та сформувавши успішну, дієву економіку при наявності в ній частки державного сектора.

Таким чином, виникає потреба у створенні й впровадженні загальноєвропейських стандартів і правил, в Україні які б дозволили потенційним інвесторам, в т.ч. і іноземним, отримати повну, ясну й об'єктивну картину про ефективність діяльності компаній, реальних власників, механізмів і методах інвестування, для того щоб у стислий термін і без значних витрат прийняти рішення про доцільність та надійність вкладення капіталу [6, С. 147-151]. Але, як зазначає Н.Г. Пронюк, що тут неможливе механічне перенесення положень правових актів в умови сучасної України» [8, с. 31].

Необхідно зазначити, при врахуванні зарубіжного досвіду управління державними товариствами та норм законодавства, потрібно усвідомлювати й особливості розвитку системи управління державними корпоративними правами в Україні та становлення корпоративного сектора в цілому.

Так, характерним випадком прояву трансформаційних впливів, які здійснювались на основі приватизаційних процесів була поява суб'єкти усіх форм власності: колективної (трудова колектив підприємства, який має певний пакет акцій), приватної (зовнішні великі акціонери) і державної (у якості суб'єкта виступають власники державного пакета акцій). При цьому спостерігалось відчуження суб'єкта від однієї з функцій управління власністю, яке є наслідком непогодженості в їхньому розподілі у тому числі і на рівні самих суб'єктів, що і призвело до наростання його відчуження від об'єкта власності. Це виразилось у віддаленні інтересів суб'єкта. Результатом загострення цих процесів стало зростання соціальної напруженості в трудових колективах, відтік інвестицій, недоотримання доходів державою від власності і розвиток інших негативних тенденцій. Зокрема зниження обсягів державного сектору зменшує поповнення бюджету, ускладнює виконання державою необхідних функцій і стримує стратегічний розвиток національної економіки. Навіть за умови, коли щорічно (після стрибка у 2005 р.) надходження дивідендів до бюджету країни перевищувало плановий обсяг, зокрема у кризові 2008-2010 рр. (рисунок). У 2012 р. обсяг дивідендів від господарської діяльності зріс на 46 % порівняно з 2007 р., але це суттєво не вплинуло на інноваційно-інвестиційний розвиток вітчизняного виробництва, покращення добробуту населення і піднесення національного господарства в цілому.

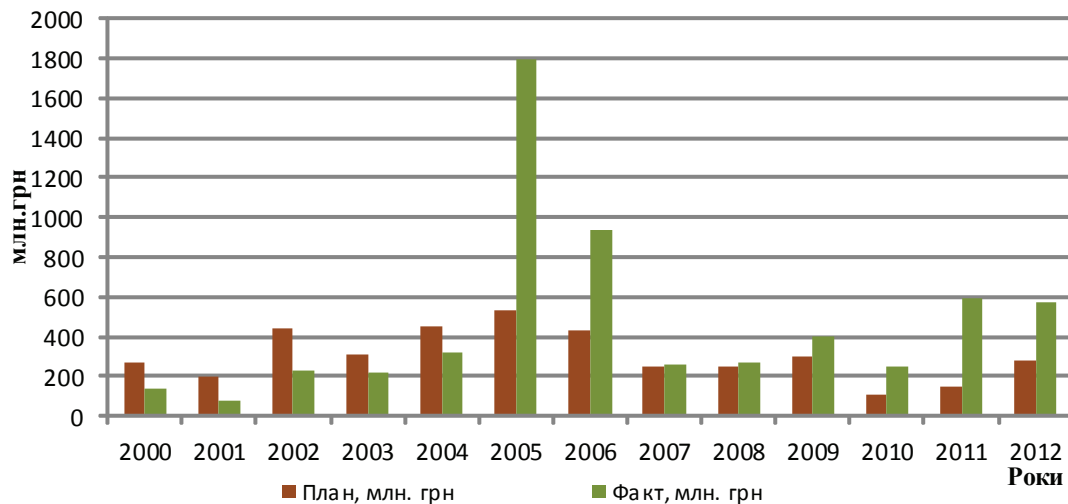


Рисунок. Надходження дивідендів до Держбюджету у 2000 – 2012 рр. [5]

Примітка: ¹ - у тому числі 400238,0 тис. грн. – компенсація за отримані дивіденди на корпоративні права держави, стягнуті з ВАТ «Мітал Стіл Кривий Ріг» у зв'язку з продажем ВАТ «Криворіжсталь» в 2006 році.

Навпаки, використання наявної моделі механізму управління корпоративними правами держави відбувся значний вплив капіталу у вигляді прямих іноземних інвестицій. Наприклад, у 2007 р. (до початку фінансової кризи) в розмірі 6,0 млрд. дол, з якого майже 89 % інвестицій здійснено підприємствами, зареєстрованими за видом економічної діяльності «операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям». Закордонні прямі інвестиції з України були еквівалентні 76,2 % приросту прямих іноземних інвестицій у 2007 р. Інвестування в певні сектори економіки з високою ліквідністю та якнайшвидшим обігом коштів визначає пріоритетність інтересів інвесторів, що майже не сприяє структурному реформуванню економіки і модернізації ключових галузей промисловості (у зв'язку з відсутністю в них прямих іноземних інвестицій). Їх приріст у 2005-2008 рр. склав 26,7 млрд. дол. США, що майже втричі більше, ніж удалося залучити за весь період до 2005 р. Проте диспропорції у надходженні протягом цього періоду лише посилювалися, оскільки структура інвестицій має переважно фінансовий характер капіталу. Так, на посередницькій сфері діяльності в цей період припало майже 60,0 % загального приросту прямих іноземних інвестицій. Найбільш привабливими для іноземних інвесторів у 2005-2008 рр. виявилися фінансова діяльність, яка залучила 33,9 % прямих іноземних інвестицій (6,5 млрд. дол. США), витрат на інноваційну діяльність, що становило лише 3,4 % загального обсягу залучених ПІІ і 3,0 % загального обсягу фінансування інноваційної діяльності [9, с. 323].

Вищезазначена тенденція майже не змінилася й нині. У 2012 р. іноземні інвестиції йдуть переважно у фінансову діяльність 29,57 % (16,1 млрд. дол США), операції з нерухомим майном 16,63 % (9,1 млрд. дол США), торгівлю 11,02 % (6,0 млрд. дол США). Позитивним зрушенням 2012 р. є збільшення інвестицій в промисловість – 31,52 % (17,2 млрд. дол США) [1]. Також, слід зауважити, що вагому частину залучених інвестицій становили кошти від продажу низки великих об'єктів – ВАТ «Криворіжсталь», банків «Аваль» і «Укрсоцбанк». Іноземні інвестиції фактично зміцнювали сировинну, низькотехнологічну орієнтацію економіки України і спрямовувалися здебільшого на підтримку традиційних видів виробництва, наявною є інноваційна непривабливість вітчизняних підприємств. Використання інвестицій, від яких насамперед залежить відтворення та модернізація національної економіки, залишається неефективним.

Висновки. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що подальші завдання трансформації корпоративного механізму управління державним сектором України полягають у подоланні недоліків, які породжує відсутність інвестиційної активності зазначеного об'єкту на основі чіткого позиціонування держави щодо розвитку стратегічних галузей на основі даних специфічних організаційно-правових формах господарювання. Також значення має те, що для будь-якого об'єкту управління власник має бути персоніфікований. Це визначає способи впливу суб'єкта

на об'єкт державного сектора. Особливо коли суб'єкти управління представляють макрорівень, оскільки держава, на відміну від інших власників, не завжди може керуватись при прийнятті рішення комерційними інтересами із-за соціально-економічної значущості об'єктів державного сектора та їх територіальної розшарованості.

Теоретичними надбаннями проведених досліджень є те, що виявлено взаємозалежність наявності розвитку будь-якої із окреслених моделей корпоративного механізму управління державною власністю за умови, що існує виважена і системна політика уряду в умовах розмежування політичного і господарського управління країною. Подальший розвиток теоретичних і практичних розробок може бути сконцентрований на виявленні взаємозалежностей між використовуваними типами моделей та зміною довіри населення у перетвореннях відносин власності.

Література:

1. Аналіз індексу інвестиційної привабливості в Україні [Електронний ресурс] // Інформаційно-аналітичний центр : [офіційний веб-сайт]. – Режим доступу: <http://infolight.org.ua/> – Назва з титул. екрана
2. Баюра Д. Мировой опыт: корпоративное управление / Д.Баюра // Украинская Инвестиционная Газета. – 2000. – №43. – С. 13
3. Городний В.И. Стратегия формирования и развития крупной корпоративной компании: на примере ОАО «Татнефть» / В.И. Городний . – М.: Дело, 2005. – 304с. С.28
4. Довгань Л.Є. Корпоративне управління: інституціональні аспекти : монографія.[текст] / Л.Є. Довгань, І.П. Малик / за ред. Л.Є. Довгань – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2006. – 340 с.
5. Звіт про роботу Фонду державного майна України та хід виконання Державної програми приватизації у 2012 році [Електронний ресурс] // Фонд державного майна України : [офіційний веб-сайт]. – Режим доступу: www.spfu.gov.ua/ukr/reports/spfu/2012_12.pdf. – Назва з титул. екрана.
6. Каптуренко О.М. Щодо деяких проблем адаптації корпоративного законодавства України до законодавства ЄС / О.М. Каптуренко : Хозяйственное законодательство Украины : практика применения и перспективы развития в контексте европейского выбора: Сб.научн.тр. / НАН Украины. ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд». – 2005. – С. 147–151.
7. Погрібний Д.І. Специфіка реалізації державою належних їй корпоративних прав / Д.І. Погрібний // Вісник Національного університету внутрішніх справ. - Х., 2005. - Вип. 31. - С. 318-321.
8. Пронюк Н.В. Проблеми впровадження європейських стандартів у законодавство України шляхом демократичних реформ / Н.В. Пронюк // Український часопис міжнародного права. – 2002. – № 4. – С. 31-36.
9. Україна в 2005–2009 рр.: стратегічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку / [О. К. Микал, С. І. Мітряєва, Н. І. Мхитарян та ін.] ; за ред. Ю. Г. Рубана. – К. : НІСД, 2009. – 655 с.
10. Федькович О.В. Корпоративні права за законодавством України [Електронний ресурс] : Міністерство юстиції України / Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/18206>
11. Храброва И.А. Корпоративное управление: вопросы интеграции. Аффилированные лица, организационное проектирование, интеграционная динамика./ Бона Фиде Финанс. - М.: Изд. Дом «АЛЬПИНА», 2000. - 198 с.
12. Хессель М. Совет директоров корпорации: контроль через представительство. Корпоративное управление. Владельцы, директора и наемные рабочие акционерных обществ. - М.: Прогресс, 1992. – 420 с.
13. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : [підручник] / Л. А. Швайка. – К. : Знання, 2008. – 462 с.
14. WebKnow [Электронный ресурс] : веб-сайт / [Владелец сайта Долгов В. В.]. – Электрон. данные. – Херсон : [2012-2013] / – Режим доступа: www.webknow.ru. – Название с титул. экрана.

Яловий Г. К.

доктор економ. наук, професор

Ерешко Ю. О.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ В КОНЦЕПЦІЇ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

МЕТОДОЛОГИЯ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В КОНЦЕПЦИИ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

THE METHODOLOGY OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL DEVELOPMENT IN A POST-INDUSTRIAL SOCIETY CONCEPT

У статті розглядається проблема трансформації на фоні інформатизації національної економіки, яка впливає безпосередньо на базові для неї відносини – відносини у сфері регулювання науково-технологічного стійкого розвитку, що приводить до зміни в масштабах, формах і структурних зрушеннях. Теоретико-методологічний аналіз відносин категорії «розвиток» крізь призму концепції постіндустріального суспільства дозволив переосмислити нові реалії стосовно науково-технологічного розвитку, з'ясувати детермінанти, які визначають подальшу інтелектуальну активність людського капіталу. Визначено роль і обґрунтовано значення інтелектуальної активності, засновану на знаннях, усвідомлену, морально-зорієнтовану спроможність збирати, накопичувати і переробляти все наростаючі потоки інформації. Підхід до аналізу економічних процесів з позиції суперечливої єдності науково-технологічного розвитку й конкуренції, як різних, але взаємообумовлених систем обміну й координації економічної діяльності має фундаментальне теоретико-методологічне значення.

Ключові слова: сталий розвиток, постіндустріалізм, інформаційна парадигма, інтелектуальна економіка, технологічний детермінізм, гомеостатична система.

В статье рассматривается проблема трансформации на фоне информатизации национальной экономики, которая влияет непосредственно на базовые для нее отношения – отношения в сфере регулирования научно-технологического устойчивого развития, что приводит к изменению в масштабах, формах и структурных сдвигах. Теоретико-методологический анализ отношений категории «развитие» сквозь призму концепции постиндустриального общества позволил переосмыслить новые реалии относительно научно-технологического развития, выяснить детерминанты, которые определяют дальнейшую интеллектуальную активность человеческого капитала. Определены роль и обосновано значение интеллектуальной активности, основанную на знаниях, осознанную, морально-ориентированную способность собирать, накапливать и перерабатывать все нарастающие потоки информации. Подход к анализу экономических процессов с позиции противоречивого единства научно-технологического развития и конкуренции, как разных, но взаимообусловленных систем обмена и координации экономической деятельности имеет фундаментальное теоретико-методологическое значение.

Ключевые слова: устойчивое развитие, постиндустриализм, информационная парадигма, интеллектуальная экономика, технологический детерминизм, гомеостатическая система.

The paper deals with the inquiry on a theoretical problem of national economy transformation against the background of comprehensive informatization, which affects directly its basic relations – relations in persistent technological development regulation, which in the end conclude to postulate, forms and structural displacement alternation. Theoretical and methodological analysis of relations in a category “evolution” through the prism of post-industrial society concept allows reconsidering the new realities regarding the technical development and also to emphasize the determinants of further intellectual activity of human capital. There was given the definition of the intellectual activity, which constitutes a supraliminal ability to gather, accumulate and process constantly growing information flows, based on knowledge and attainments, and was determined its role as well. An approach to the analysis of the economic processes from the position of contradictory unity of the science and technology progress and the competition as different, however mutually conditioned systems of the economic activity exchange and coordination, has fundamental theoretic-methodological significance.

Key words: persistent development, informational paradigm, post-industrial society, intellectual economy, technological determinism, homeostatic system

Вступ. В сучасних умовах економічна система України зазнає суттєвих змін, які пов'язані з початком нового етапу розвитку. Ці зміни визначаються новими якісними умовами господарювання та пов'язані з розвитком нових галузей виробництва, з збільшенням диференціації та інтеграції окремих виробництв, з заглибленням міжнародного розподілу праці, необхідністю переходу до постіндустріального і інформаційного суспільства, яка підсилюється залежністю української економіки від світового господарства, розвитком системної економічної глобалізації. Ці фактори разом привели до наростаючого ускладнення структурних складових економіки, яка включає не просто збільшення кількості її елементів, а зміну якісних параметрів, ускладнення умов, систем і механізмів їх функціонування і розвитку на різних рівнях економічної системи. Сутність цих змін проявляється у тому, що інформаційна технологічна парадигма охоплює усі сфери і галузі індустріальної економіки, змінюючи її масштаб, динаміку і внутрішню структуру. Так, наприклад, під впливом науково-технологічних змін формується сучасний сектор агрокомплексу (заснований на біотехнології та генній інженерії), інформаційна промисловість (заснована на наукоємних технологіях та інноваційності) і інформаційна сфера послуг (основана на комп'ютерних технологіях, телекомунікаційних зв'язках та інтернеталізації суспільства). Поняття «інтелектуальна економіка», що отримало в останні роки широке розповсюдження в світовій економічній літературі, відображає визнання того, що наукові знання і спеціалізовані унікальні складові їх носіїв, стають головним джерелом і ключовим фактором розвитку матеріального і нематеріального виробництва, забезпечення стійкого економічного розвитку. Наявність цієї риси в сучасній західній науці визначає формування нового соціального упорядкування [1]. Феномен «нового соціального упорядкування» прийдешньої інформаційної цивілізації інтенсивно вивчається західними вченими в рамках концепції постіндустріального суспільства (Д. Белл, М. Янг, О. Тоффлер, П. Дракер, Т. Сакайя, Т. Стюарт, Л. Едвінсон та інші) та піддається аналітичним дослідженням українських вчених (В.Д. Базилевич, Ю.М. Бажал, Л.М. Ємельяненко, М.З. Згуровський, Т.Т. Ковальчук, Ю.М. Пахомов, Н.П. Тарнавська, В.К. Черняк, А.А. Чухно, В.Я. Шевчук та інші).

Нагально потрібав системних дослідженнях процесу трансформації інформаційного суспільства пов'язана з відсутністю методології пізнання сутності поняття науково-технологічного розвитку, яка представляє собою таку єдність взаємопов'язаних і взаємообумовлених функціональних елементів, які здатні відновити розширене відтворення своєї інтегративної якості за рахунок власних фінансових активів.

Постановка завдання. Метою дослідження є теоретичне обґрунтування і визначення поняття «стійкий науково-технологічний розвиток» відносно змін в суспільстві, які пов'язані із заміщенням праці знаннями, тобто в умовах, коли знання залучаються в практичну переробку ресурсів і, саме знання, а не праця виступають в якості джерела вартості. Трудова теорія вартості замінюється теорією «вартості», яка створюється знаннями (knowledge-value). Як підкреслює засновник цієї теорії Т. Сакайя: «Ми вступаємо в новий стан цивілізації, в якому рушійною силою є вартості, створені знаннями» [2]. Як наслідок, економіка перетворюється на систему, що функціонує на засадах обміну знаннями та їх взаємної оцінки.

Методологія. Теоретико-методологічну базу роботи складають праці провідних зарубіжних

та вітчизняних вчених. Для досягнення поставленого завдання було використано загальнонаукові методи пізнання, що дозволило виявити сутність та природу поняття «сталий розвиток в постіндустріальній економіці».

Результати дослідження. Структурні закономірності і модернізаційні особливості формування нової науково-технічної бази промисловості України зорієнтовані на національну інноваційну економіку, яка потребує проведення подальшого дослідження з урахуванням різноманітності і диференціації взаємообумовлених та взаємопов'язаних зв'язків між структурними компонентами інноваційної діяльності. За даних умов, постає все більш нагальна потреба у постіндустріальній трансформації національної економіки, яка повинна забезпечити активізацію генерації й використання інновацій з урахуванням гнучкої взаємодії всіх учасників індустріального і постіндустріального виробництва на основі перетворювання форм технологічного розвитку та державної підтримки модернізаційних процесів за допомогою макросистемних інновацій, що визначають конкурентоспроможність національного виробничого комплексу.

Поглиблення таких гострих соціальних проблем, як загроза техногенних катастроф, забруднення навколишнього середовища, теперішній стан України в світі, ситуація в освітній сфері, енергетична безпека тощо, передбачає розширення кола питань, що постають перед сучасною економікою, яка має набір когнітивних інструментів, що дозволяють не тільки усвідомити проблеми сучасного розвитку економіки, але і конструювати майбутнє, оскільки воно іманентно присутнє в сучасному.

На початку XXI століття, як у науковців, так і у практиків склалася думка про неминучість глибоких змін в процесах і процедурах управління науково-технологічним розвитком. Основою цієї ситуації стали наступні причини:

- глибокі прогалини у функціонуванні моделі науково-технічного розвитку промисловості України, що з'явилися в середині 90-х років минулого століття;
- стрімкі зміни економіки під тиском кардинальної ролі розвитку науки і техніки у процесі розвитку промисловості, суспільства, становлення ринкової економіки;
- якісно нові вимоги існуючої моделі розвитку, які впливали на зростання кількісних та якісних диспропорцій;
- зростання геоекономічних протиріч і зміна їх якісних параметрів;
- зростання пріоритетності забезпечення модернізаційних перетворень провідних економік світу;
- глобалізація і інтеграція національних економік і, пов'язана з цим, поява нових механізмів регулювання соціально-економічного та науково-технічного розвитку.

Світова економіка зазнала значної перебудови виробничого сектору на новій науково-технічній базі постіндустріального характеру, коли межі поміж окремими технологіями науки і виробництва змінюються, а кінцеві результати повторюються у вигляді інноваційних розробок різних галузей науки і технологій, що кардинально змінюють формування конкурентоспроможності світових товаровиробників. В розвинених країнах безпосередній вплив на матеріальний засіб праці приводять вже не 9/10, як це було в умовах індустріальної економіки, а менш, ніж 1/3 робітників. Знання та творчий потенціал працівників стає рушійною силою інноваційної діяльності, «персоніфікованим» ресурсом. Останні дослідження західних вчених свідчать про стрімке зростання вартості інтелектуальних фондів компаній по відношенню до матеріальних ресурсів і фінансового капіталу. В цілому це співвідношення коливається в межах: 5:1 і 6:1. Визначено, що долар, витрачений на дослідження і розробки, приносить у вісім разів вищий прибуток ніж долар, інвестований в техніку [3-2с.].

Сучасна наука відкриває все більше можливостей для підкорення світу людиною. Історично склалося так, що розвиток науки в цілому відрізняється від розвитку технологій. Процес розвитку науки в загальних рисах починається з появою розрізнених і не пов'язаних між собою галузей знань. Пізніше починає відбуватися поєднання наукових дисциплін в більш крупні спеціалізовані асоціації. До процесів поєднання наукових дисциплін відноситься междисциплінарність, кросдисциплінарність, трансдисциплінарність тощо. Проте, розвиток технологій протягом тривалого періоду, як правило, обумовлюється деяким одним ключовим відкриттям або прогресом певної галузі. Сьогодні, завдяки прискоренню науки і техніки, можна спостерігати перетин в часі цілого ряду хвиль науково-технічної революції, що проявляється у випереджаючому розвитку живого знання по відношенню до уречевленого. Живе знання отримало в англійській мові виразну назву «м'якого товару» (soft mare), а друге – «твердого товару» (hard mare) або уречевлених в обладнанні, механізмах знань. «Софтізація» економіки означає домінування творчого потенціалу працівників, наукоємність сучасного виробництва та зростаюче просування творчої потенції людини, її професіоналізму та ерудитії.

Таким чином, зміни є неодмінною передумовою існування суспільства, заснованого на знаннях, а воно, саме по собі, стає більш динамічним по відношенню до індустріальної стадії розвитку, що мала місце до тепер. Японський вчений Т. Сакайя відзначає, що продукція, яка мала високу вартість, тому що являла собою унікальну технологію, негайно втрачає свою вартість як тільки з'являється нова технологія, що її перевершує. Наприклад, коли транзистори отримали повсюдне розповсюдження, вартість радіол впала до надто низької ціни, а поява реактивних двигунів стала причиною стрімкого знецінення гвинтових моторів. З розвитком текстових процесорів цінність технологій, пов'язаних з виробництвом друкарських приладів, швидко знецінюється, а комп'ютерне програмне забезпечення нерідко втрачає свою вартість за один-два роки. Т. Сакайя пише, що вартість, створена знаннями, подібна до зірки, що падає та горить яскраво лише тоді, коли проходить через соціальні обставини та суб'єктивні фактори, що дозволяють їй світити яскравіше за інших [2-с.337-371].

Теорія постіндустріального розвитку базується на теорії позитивізму, розглядає формування і розвиток суспільства на основі процесу наукового пізнання, технології суспільного виробництва. Як зазначає В. Іноземцев «теорія постіндустріального суспільства є сьогодні єдиною соціальною метатеорією, яка повною мірою сприйнята світом» [4]. Наукова популярність та авторитет цієї теорії обумовлений і тим, що її розвиток відбувається природно, еволюційно, не допускаючи ідеологічного протистояння, не кидаючи виклик жодному з напрямів західної суспільствознавчої традиції. Спираючись на закономірності розвитку продуктивних сил технологічних способів виробництва, вона визначає стадії суспільного розвитку, цивілізаційного прогресу. Проте, теорія постіндустріального суспільства не обмежується технологічним детермінізмом, а забезпечує широкий погляд на розвиток суспільства, перехід від суспільства матеріальної продукції до його сервізації, розкриває роль і значення інформації, науки та освіти, аналізує зміну співвідношення між матеріальним виробництвом і сферою послуг, роль людини, розвиток її як особистості, перетворення праці у творчу працю і становлення нової постматеріальної мотивації людей, розгортання демократії суспільства та удосконалення політичної системи, розвиток державного регулювання та прогнозування економіки, культури та інших сфер людської діяльності. Досвід показує, що теорія постіндустріального суспільства не протистоїть і не заперечує інших теорій, а інтегрує їх, збагачує свій зміст та методи дослідження суспільства, перетворюються на важливий і ефективний засіб пізнання тенденцій у розвитку суспільства. Усе це зумовлює необхідність вивчення і усвідомлення переваг і вад теорії постіндустріального суспільства, використання її великих можливостей у пізнанні світових тенденцій, проведенні обґрунтованої й ефективної політики трансформації науково-технологічного розвитку в цілому.

Загальнометодологічною основою концепції «постіндустріального суспільства» є еволюційний підхід до історичного розвитку і принцип технологічного детермінізму. Сам термін «постіндустріалізм» був запроваджений у науковий обіг англійським вченим А. Пенті ще на початку ХХ ст. Він дав і його перше визначення: «стан суспільства, яке постане після розвалу індустріалізму». Він пропонував використати цей термін для роздумів про майбутнє у зв'язку з тим, «що індустріалізм приречено» [4-с.14].

Як сформована концепція, «постіндустріалізм» склався в 70-х рр. і пов'язаний з ім'ям професора соціології Гарвардського університету Даніеля Белла. В 1973 р. Д. Белл опублікував працю «Настання постіндустріального суспільства», в якій оприлюднив найновіший, удосконалений варіант концепції. Розвиваючи концепцію постіндустріального суспільства, Д. Белл зазначає, що «оскільки ідея постіндустріалізму ... є суспільним передбаченням щодо змін у суспільному устрої західного суспільства і такі зміни в соціальних системах є великомасштабними й вони не дають нам змоги встановити окремі деталі «майбутніх соціальних устроїв» [5- с.214], то дана концепція, а не картина специфічного конкретного суспільства як «деяка парадигма, соціальна схема, яка виявляє нові осі соціальної організації та стратифікації в розвиненому західному суспільстві» [5 - с.215].

Д. Белл намагається наслідувати логіку соціального аналізу і навіть заявляє, що всі ми «постмарксист», разом з тим, виступає категорично проти «моністичного підходу» до вивчення закономірностей суспільного розвитку, яке у марксистському вченні визначається тільки діалектичною єдністю продуктивних сил і виробничих відносин. Д. Белл заявляє, що недоліком марксистського вчення про заміну формацій є те, що концептуальна схема суспільного розвитку будується навколо осі відносин власності, а для характеристики капіталізму така вісь непридатна. Щодо теорії монізму, яку використовував К. Маркс, то усі недоліки класичної політичної економії пов'язані, власне, з непослідовним приведенням двох принципів: з недостатнім відокремленням внутрішніх передумов капіталістичного виробництва від зовнішніх, а також, із непослідовним зведенням особливих економічних явищ до їх загальних підвалин, й виведення їх визначеності з цієї

загальної основи. «Усі товари, - пише К. Маркс, – можуть бути зведені до праці, як до того, що в них єдине». Що Д. Рікардо не досліджує, так це – тієї специфічної форми, в якій праця виявляє себе як єдине ціле в товарах тому, перетворення товару в гроші виступає у нього як щось тільки формальне, що не проникає глибоко до внутрішньої сутності капіталістичного виробництва (6 -127с.).

На думку Д. Белла перехід від «індустріального» до «постіндустріального» суспільства зумовлюється не стільки матеріальними факторами, скільки соціальними інститутами. Він висуває ідею, що соціальні устрої методологічно ним розглядаються не як відображення соціальної дійсності, а як «концептуальні схеми», покликані добирати окремі атрибути із складної дійсності та групувати їх під спільною рубрикою з тим, щоб розрізнити подібності та відмінності. Такі концептуальні схеми ґрунтуються на осьовому принципі (тобто, на «основоположній соціальній зміні, специфічно визначеній характеристиці соціальної системи» [9-214с.] та мають осьову структуру, що покликано замінити принцип причинної обумовленості принципом центральності, тобто визначити «організуючу конструкцію суспільства та спонукаючий до дії принцип, який є первинною логікою для усього іншого». [7-202с.]. Такий підхід дозволив Д. Беллу виділити три такі основні форми суспільного устрою, як доіндустріальне, індустріальне та постіндустріальне суспільства [7-206с.]. Ці типи суспільного устрою протиставляються один одному в кількох найважливіших аспектах (табл.). Залежно від вибору осі, історію суспільства можна розглядати по-різному: як еволюцію форм власності, його політичну організацію або ж за принципом культурних традицій. Д. Белл бере за основу схему побудови суспільства навколо «осі типів виробництва і використовуваних знань». У визначенні вирішальної ролі наукових знань, саме Д. Белл бачить докорінну різницю між своєю концепцією і поглядами прибічників «індустріалізму», які всі суспільні зміни виводять лише з прогресу техніки і технології.

Таблиця

Характеристика форм суспільного устрою

Показники	Доіндустріальне	Індустріальне	Постіндустріальне
Основний виробничий ресурс	Сировина	Енергія	Знання
Характер виробничої діяльності	Добування	Виробництво	Обробка
Технологія	Трудомістка	Капіталомістка	Наукомістка
Основний тип взаємодії	Людина-природа	Людина - перетворена людиною природа	Людина-людина

Визнаючи знання, що є необхідними для розвитку суспільства, їх науковий, а що ще «важливіше, теоретичний характер, тобто як вісь» постіндустріального суспільства, Д. Белл зосередив свою увагу на розгляді змін, що відбуваються насамперед у соціальній структурі сучасного західного суспільства (яка включає економіку, технологію, систему зайнятості), вважаючи, що саме ці зміни в політиці та в культурі, принаймні «поставлять питання для решти суспільства». Ці питання мають таку форму: а) стосовно, власне, соціальної структури: чому індивіди в новому суспільстві мають з нею погоджуватися; б) стосовно політики: як нова технічна еліта співіснуватиме з політичною; в) стосовно культури: як узгоджуватиметься антиномічність і антиінституційність культурних тенденцій з новими способами життя. «Спосіб, у який перетворюється економіка й перероблюється система зайнятості, а також нові співвідношення між теорією та емпірією, особливо між наукою і технологією» [7-206с.], потенційно включають п'ять основних вимірів компонентів постіндустріального суспільства: 1. економічна сфера: перехід від економіки виробництва товарів до економіки послуг; 2. поділ населення за родом занять: перевага професійно-технічного класу; 3. осьовий принцип: провідна суспільна роль теоретичного знання як джерела нововведень та політичних формувань; 4. орієнтація на майбутнє: контроль технології та технологічної оцінки; 5. ухвалення рішень: створення нової інтелектуальної технології [12-294].

Таким чином, центральна ознака постіндустріального суспільства – це панування науки, освіти, наукових знань і, на цій основі, технологічна сторона становлення нового суспільства: «Якщо ми бажаво зрозуміти, що таке сучасне суспільство і яким чином воно перетворилося за останні 200 років з індустріального в постіндустріальне, ми повинні розібратися в еволюції техніки, насамперед у тому, як машинна технологія поступилася інтелектуальній... Сьогодні крива технічного про-

гресу круто пішла до гори, а це свідчить про те, що ми переживаємо третю за рахунком всесвітню технологічну революцію» [8-с. 208].

Постіндустріальне суспільство – це новий принцип соціально-технологічної організації та новий тип життя, який витісняє індустріальну систему. Це суспільство, засноване на послугах, і, насамперед послугах освіти, охорони здоров'я, аналізу і планування, програмування тощо. Це початок вступу в інформаційну еру: «нова інформаційна ера базується не на механічній техніці, а на інтелектуальній технології, що дозволяє нам свідчити про новий принцип суспільної організації та соціальних перемін. Це також ставить за основу теоретичні знання в якості джерела оновлення і зміни природи технічного прогресу. Так само, це робить значущістю ідею глобалізації, яка міняє умови прогресу: це єдина система господарства, об'єднання ринків капіталу, валют і товарів... Кордони між країнами практично зникли. Капітал направляється туди, де (при наявності політичної стабільності) є найбільша віддача інвестицій або добавленої вартості» [10-с.327].

Концепція постіндустріального суспільства не може бути однозначно віднесена ані до економічної, ані до соціальної, ні до політичних наук. Її, відносно відособлене, положення визначається глобальністю методологічних принципів та масштабом охоплюваних проблем. При цьому, концепція постіндустріального суспільства має внутрішні суперечності. Так, неоднозначність теоретичних підходів щодо переходу суспільства і економіки до постіндустріальної стадії розвитку, визначаються трьома підходами за домінуючим критерієм. Прихильники першого підходу підкреслюють значимість переходу від промисловості до сектору послуг (Д. Белл, Г. Эстепин-Андерсен); прибічники другого підходу відзначають зміни характеру промислового виробництва від масового виробництва до гнучкого спеціалізованого – у відповідь на технологічні новації (М. Кастельс, А. Амин, М. Пиоре. Ч. Сабель, Д.Соски); предметом особливої уваги в межах третього підходу остають знання та їх значимість, що постійно зростає для економіки (П. Бергер, Д. Ходгсон). Схожі суперечності підходів усуваються, якщо звернутися до практики, де одночасно спостерігаються усі три зазначені підходи: зростає активність у секторі послуг, визначаються зміни у системі виробництва, а також, підвищується значимість знань.

Відзначені критерії переходу до постіндустріальної стадії, в той же час, виступають в якості фундаментальних ознак-характеристик постіндустріального суспільства. Критики концепції постіндустріалізму вважають слабкою стороною даної концепції недостатню глибину її теоретичних вибудов, зміщення акценту на якісні характеристики постіндустріального суспільства без розкриття механізмів переходу суспільства і економіки до постіндустріальної стадії розвитку [10 - с. 29-30; 149-151].

Генеza та подальше розгортання концепції постіндустріального суспільства були відгуком на нові реалії соціально-економічного розвитку. У дослідженнях постіндустріальних тенденцій в цілому, можна визначити вектор на дроблення і деталізацію даної проблематики. До провідних наукових експертів можна віднести В. Іноземцева, А. Бузгаліна, В. Базилевича, А. Колчанова, Т. Ковальчука, В. Черняка, Ю. Пахомова, А. Чухно. В їх працях не тільки розкривається методологія дослідження постіндустріального суспільства, проблеми адаптації економіки України до нових умов у цілому, але і окреслюється увага щодо проблематики науково-технологічного розвитку і економічних відносин, що регулюють ці процеси.

Так, наприклад, вчені звертають увагу на те, що побудова постіндустріального суспільства можлива лише на базі розвиненої економіки, яка забезпечує розширене суспільне відтворення. Як свідчить практика, найбільш конкурентоспроможні країни, що перейшли на стадію постіндустріального розвитку використовують у своєму зростанні інновації та продукти НТП. Підтвердженням даної тези слугує індекс Глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму. Адже, у першу десятку лідерів рейтингу 2011-2012 рр. увійшли такі країни, як Швейцарія (індекс – 5,74), Сингапур (5,63), Швеція (5,61), Фінляндія (5,47), США (5,43), Німеччина (5,41), Нідерланди (5,41), Данія (5,40), Японія (5,40), Велика Британія (5,39). Таку високу оцінку сформувавали, саме, їх здобутки у сфері розвитку інновацій. Зокрема, Швейцарія, що посіла перше місце за складовою «фактори інновацій та розвитку» (ранг 5,79), Швеція – 2 місце (ранг 5,79), Фінляндія – 4 місце (5,56). За результатами оцінювання індексу Глобальної конкурентоспроможності 2011-2012 рр., Україна посіла 82-ге місце серед 142 країн з індексом конкурентоспроможності 4.0 [9], що доводить глибоку необхідність використання інновацій у виробництві, їх державної підтримки та формування сприятливого інноваційного середовища.

Ще одна складова, яка вимагає комплексного розв'язання не лише проблем випереджальної модернізації і нових знань щодо уречевлених, прискореного формування людського капіталу в науково-технічній, технологічній, економічній, фінансовій, екологічній діяльності, а й відображає сам

процес необоротності закономірних змін, які нагромаджуються в системі розвитку наука – техніка – виробництво, є категорія «розвиток». Тема «розвитку (модернізації)» може видатись черговою та традиційною. Але це не так. Дійсно, в 50-70 роках минулого століття, так звані ідеї development studies йшли нескінченним потоком в науковій літературі – як іноземної, так і вітчизняної. З часом, дослідники більше писали про «пристосування (accommodation), «виживання» за інших умов в зростанні, ніж про розвиток. Створена 10-15 років тому, концепція «сталого розвитку» не одразу стала виразним заміном. Отже, переосмислення цього фундаментального соціологічного поняття «розвиток (модернізація)» є необхідним, в зв'язку з тим, що сучасна наукова думка дає чимало підвалин. До них відносяться, зокрема, концепція універсальної еволюції (Е. Ян), в рамках якої «розвиток» означає окреслену соціальну спрямованість еволюції; розуміння як цілеспрямованої діяльності людини (школа Г. Щедровицького) і людського капіталу як суб'єкта розвитку (роботи Е. Сайко) тощо. Таким чином, поняття «розвиток» можна розглядати як категоріальну конструкцію, яка являє собою сукупність різноманітних за вектором і об'єктами змін і дає уявлення про роботу формування системи: наука – техніка – виробництво. Провідна ідея «розвитку» формувалась в людській свідомості і науковому світогляді протягом століть. Значну роль в розробці ідеї розвитку відіграла філософська думка, яка в поняття «розвиток» вкладає, насамперед, особливий тип змін, а також невідривність від руху (рис. 1). Але, під цим треба розуміти не окремі зміни, а безліч, комплекс, систему змін в структурі елементів, тобто в рамках якості підсистеми даної матеріальної системи. Композиція системи: наука – техніка дозволяє визначити всі різновиди процесу розвитку, а саме: за лініями, які підіймаються або сходять, рухами зворотні і тупикові, циклічні або маятникові, а також інверсійні або безвекторні рухи.

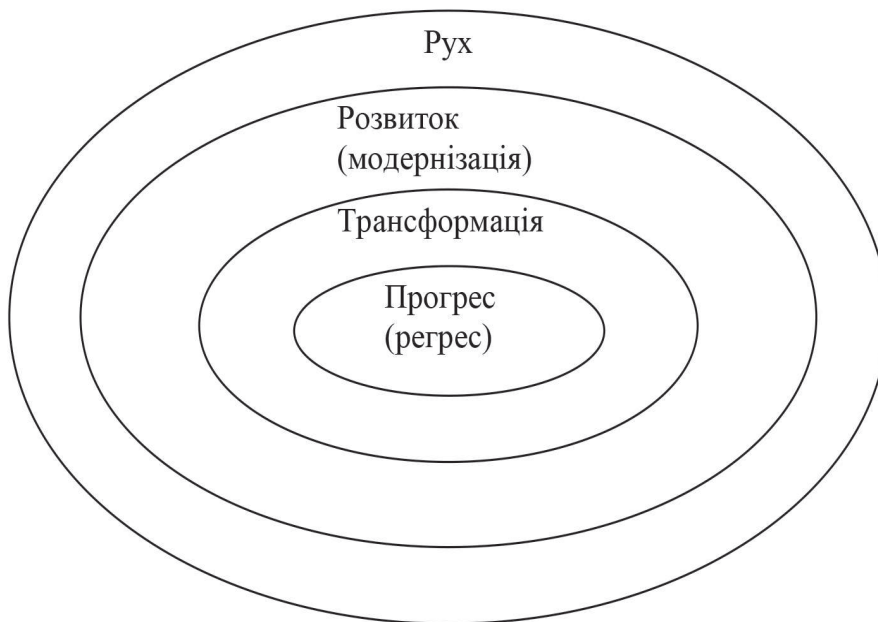


Рисунок. Модель співвідношення рух-прогрес

Процес розвитку побудовано на трьох взаємозалежних властивостях: незворотність, направленість і закономірність змін матеріального об'єкту. Тільки одночасна наявність усіх трьох властивостей виділяє процес розвитку серед інших змін: зворотність змін характеризує процеси функціонування (циклічне відтворення системи); відсутність закономірностей характерно для випадкових процесів катастрофічного типу; при відсутності направленості зміни не зможуть накопичуватися, і тому процес втрачає єдину внутрішню характерну для розвитку взаємопов'язаність. Внаслідок розвитку виникає новий якісний стан об'єкту, який виступає як зміна його складу або структури (тобто, виникнення, трансформація або зникнення його елементів і зв'язків). Суттєву характеристику процесу «розвиток» складає час: по-перше, всякий розвиток здійснюється в реальному часі; по-друге, тільки час виявляє направленість розвитку.

Як філософська концепція, ідея «розвитку» найбільш розгорнуто була сформульована Г. Гегелем. Рациональний зміст його теорії полягав в тому, що за законами діалектики розвивають-

ся зміст, система ідей або теорія. Оскільки, поміж мисленням и свідомістю в філософії Гегеля постулюється тотожність, то закони діалектики виявляються придатними і до свідомості [11- 19 с.]. Сукупність принципів діалектики, які лежать в основі процесу розвитку визначаються: а) загальний взаємозв'язок усіх явищ; б) загальність руху і розвитку; в) джерело розвитку – становлення й розв'язання протиріч; г) взаємозв'язок кількісних і якісних змін як прояв механізму розвитку; д) розвиток через заперечення; е) заперечення як прояв направленості процесу розвитку; ж) протиріччя спільності загального і одиничного, сутність і з'явлення форми й змісту, необхідності й випадковості, можливості й дійсності. Усі принципи діалектики тісно пов'язані один з одним через те, що вони відображають різні аспекти і сторони єдиного процесу розвитку. Але цей взаємозв'язок ієрархічний, тому що базовим фундаментальним принципом є єдність і боротьба протилежностей. Його зміст розкривається в дії двох других: взаємодії кількості і якості або заперечення одна одної стадіями розвитку об'єкта, сутність яких, виявляється як проявлення негативного принципу протиріччя. Протилежності, у визначених умовах, збігаються, тобто переходять одна в одну. І у взаємовідносинах кількості і якості та послідовних запереченнях – така ж форма: кількісні зміни слугують причиною змін якісних та навпаки, стадії, що заперечують одна одну, у розвитку об'єкту зливаються в синтезі на наступному щаблі тощо.

Направленість розвитку, для якої характерний перехід від нижчого до вищого, від менш досконалого до більш довершеного, називається прогресом. Поняттю “прогрес” протилежне поняття “регрес”. Для регресу характерні поняття: деградації, повернення до форми і структури, які себе пережили. Діалектично протилежні прогрес і регрес, пов'язані між собою, нерозривно, включені одне до іншого. Кожен прогрес в органічному розвитку є, разом з тим, і регресом тому, що він закріплює односторонній розвиток і виключає можливість розвитку в інших напрямках.

Однак, поняття «розвиток» значною мірою передбачає можливість існування певної стохастичності (тобто, випадковості) і невизначеності. Це зумовлено, головним чином, тією обставиною, що зміни, які спричиняють розвиток, часто являють собою піонерні процеси. Вони відбуваються в середовищі, стан якого не відомий заздалегідь і залежить від взаємодії значної кількості випадкових факторів. Поява стохастичності (хаоса) є внутрішньою властивістю системи і не пов'язана з дією будь-яких, апріорі випадкових, сил. Найбільш важливою обставиною є не те, що при визначених умовах може народжуватися хаос (безладдя), а те, наскільки це типово для системи загального виду. Хаос (як внутрішня властивість системи) виникає майже завжди та майже всюди. І якщо ми його не завжди виявляємо, то тільки тому, що він виникає або в дуже вузькій області параметрів, або проявляється протягом значного проміжку часу, або вуалізується іншими, більш потужними процесами.

Поширеним в науковій літературі є лінійне тлумачення модернізації як процесу трансформації об'єкту. Розрізняють два види модернізації: органічну та неорганічну. Органічна модернізація відбувається завдяки ресурсам власного розвитку, підготовлена внутрішньою еволюцією суспільства. Вона починається не з економіки, а з культури та зміни суспільної свідомості. Неорганічна модернізація є реакцією на досягнення розвинутих країн, формою «наздоганяючого розвитку» з метою подолання історичної відсталості. Наприклад, Росія неодноразово намагалася наздогнати розвинуті країни (петровські реформи XVIII ст., сталінська індустріалізація 30-х років XX ст., перебудова 1985 р.). Така модернізація здійснюється завдяки захопленню інвестицій, імпорту обладнання і технологій, відповідними змінами у соціальній та політичній сферах. Неорганічна модернізація починається з економіки та політики, а не з культури. Саме такий вид модернізації властивий пострадянським країнам. Пізніше виникла теорія «запізнілої модернізації». Її автори виходять з того, що існує лінійний процес і поступовість стадій розвитку суспільства. Слід брати до уваги й те, що «запізніла модернізація» може поставити суспільство у зовнішню залежність від іншої країни. Серед вітчизняних вчених відсутня єдина думка щодо сутності сучасного українського суспільства і напряму його трансформації. За словами А. Гальчинського, Україна поступово просувається до, так званого, соціалізованого капіталізму (Японія, Швеція). За іншими оцінками, українське суспільство є феодолізований капіталізм, який поєднав у собі модернізовані відносини позаекономічного примусу, неринкові зв'язки, як ознаки-атрибути феодальної системи з економічною міжіндивідуальною і міжкорпоративною конкуренцією та вільним ринком, як ознаками класичного, ліберального капіталізму».

На наш погляд, розвиток – комплексне поняття, гомеостатична система з поліпшеною пристосованістю до зовнішніх умов, система, яка пов'язана з перетворенням у внутрішній структурі об'єкта сукупності, функціонально пов'язаних елементів, відносин і залежностей; це спіралевидний рух від простих форм до складних. Траекторія розвитку знаходиться під впливом двох векторів.

Перша складова розвитку – горизонтальна, яка приводить до циклічної повторюваності і заснована на внутрішніх ритмах системи. Друга складова – вертикальна, завдяки якій не відбувається загнівання системи. Наступний виток спіралі стоїть вище попереднього. Слушно підкреслюється в літературі, що «розвиток» є така зміна стану, що відбувається за умов зберігання його основи, тобто початкового стану, що породжує нове становище. «Зберігання початкового стану або основи її тільки і робить необхідним здійснення закономірностей розвитку» [21]. У конкретній цілісній системі одна природа, одна інтегративна якість, інакше вона перестає бути даною системою. Ведучи мову про розвиток, вислів «зміна якості» належить розуміти не в значенні зникнення у системі її основної власної якості. Слід розглядати, з одного боку, інтегративну основу конкретної цілісної системи, а з іншого – її підсистему складноорганізовані комплекси елементів, у тому числі стану та стадії, тощо.

Сьогодні, все частіше вживають терміни «економічна стійкість», «сталий економічний розвиток», що набули значення якісно нового аспекту теорії розвитку. Ці терміни застосовуються дослідниками для різних характеристик економічної особливості внутрішнього і зовнішнього середовища суб'єкта управління: економічний сталий розвиток, стійкість розвитку науки і техніки, сталість інноваційної програми розвитку, стійкість функціонування підприємства, тощо. На наш погляд, причини такого широкого використання зазначених понять обумовлені не тільки їх універсальністю, але і суперечливістю, недоопрацьованістю концепції сталого розвитку, особливо в її економічному аспекті, неповнотою інформації щодо здійснення вимірювання рівня стабільності і прийняття позитивних управлінських рішень, відсутністю спільного формалізованого підходу до вирішення цього питання. Домінуюча, до недавнього часу, в економіці парадигма ґрунтується на деяких положеннях про суспільство, яке будучи ефективним щодо розподілу ресурсів в короткостроковому періоді, менш точне і прийнятне з довгостроковими проблемами сталого розвитку. Але, як показало дослідження літературних джерел, достатньо поширеною думкою є те, що поняття «сталий» і «розвиток» не протирічать одне одному, тому що розвиток у принципі може бути сталим. Всі автори сходяться в думці, що розвиток – це рух, зміна, а сталість – інваріантність. Іншими словами сталість означає, що окремі характеристики системи залишаються незмінними при усіх варіантах розвитку. Професор А.Г. Мельник для характеристики стійкості системи називає наступні параметри: витривалість, толерантність, адаптивність та інші [12 -с.110]. Тому, однозначним висновком проведеного дослідження є те, що сталість розвитку – це складний і, однозначно, комплексний термін. В роботі під «стійким розвитком» будь-якого об'єкта дослідження ми розуміємо слабо – структурований (неформалізований) рівноважний стан для забезпечення кількісного і якісного, переважно інтенсивного, диференційованого зростання. Сталість – це суттєва складова процесу розвитку, яку треба сприймати як: а) спроможність системи до відновлювання параметрів після впливу на неї та б) спроможність системи до зберігання параметрів при впливі на неї. Крім того, зниження темпів розвитку неможна однозначно вважати ознакою нестійкості. В зв'язку з тим, що категорія «розвиток» представляє собою суперечливий процес, який може мати протилежну направленість. Розвиток, як нерівномірний процес, включає періоди зростання та спаду. Крім того, можливим є, також, і виділення форм розвитку, які включають кількісні і якісні зміни, позитивні і негативні тенденції економічних процесів. Тому економічний сталий розвиток може вивчатися тільки в динаміці на середньострокових та довгострокових часових інтервалах. Ймовірно, в зв'язку зі скрутністю вимірювання процесу економічного розвитку в економіці, частіше за все аналізують економічне зростання, але воно є тільки одним із можливих напрямків економічної динаміки. Наприклад, економічний цикл характеризується періодичними змінами стадій спаду, депресії, поживлення і зростання.

Витривалість – це здатність системи зберігати свої функціональні особливості або можливості їх відновлення при відхиленні умов зовнішнього середовища від оптимальних для неї параметрів. Іншими словами, йдеться про збереження будь-яких форм існування системи (включаючи латентні – тобто, пригнічені, приховані), що дозволяють уникнути необоротного припинення функціонування системи. Таким чином, витривалість – це здатність системи уникати незворотного припинення функціонування під впливом зовнішніх чинників. Як аналоги поняття витривалість по відношенню до різних типів систем використовуються й інші терміни. У техніці користуються поняттям «надійність», «довговічність», в суднобудуванні – «плавучість», «живучість», в інших системах – «толерантність» (терпимість), що означає здатність сприймати ті чи інші несприятливі параметри зовнішнього середовища. В економічних дослідженнях називають два основні параметри: стабільність і стійкість, які характеризують витривалість. Головна відмінність між ними полягає в

тому, що перший характеризує залежність поведінки системи від внутрішніх чинників, а другий від зовнішніх. Таким чином, сталість – це здатність підприємницької структури повертатися в вихідне або близьке, до її першочергового стану, положення при будь-яких змінах зовнішнього впливу без втрат фінансового результату або вартості бізнесу. Тому, стійкість – це зовнішнє виявлення внутрішньої властивості системи. Відповідно, щоб підвищити стійкість системи до впливу зовнішньої дії, необхідно є удосконалення внутрішніх властивостей даної системи. Під економічною стійкістю суб'єкта господарювання пропонується розуміти здатність системи, структури підтримувати беззбитковий рівень економічних показників в довгостроковому періоді за будь-яких змін чинників зовнішнього середовища. Ми пропонуємо в якості таких характеристик використовувати параметри, які характеризують або вартість бізнесу, або доходність. Відповідно, можуть бути застосовані як традиційні показники аналізу грошових інвестиційних потоків, так і показники, які характеризуються ефективністю функціонування (EVA, MVA, тощо).

Відкритість економіки України передбачає, що формування її зовнішньо-економічних зв'язків і внутрішньої соціально-економічної політики, включаючи політику науково-технічного розвитку й оновлення виробництва має відбуватися з урахуванням глобалізаційних процесів. Жодна країна сучасного світу, незалежно від її ставлення до глобалізації, не може уникнути її впливу. Термін «глобалізація» вперше ввів у науковий оборот американський вчений Т. Левітт, для визначення нового явища, а саме: злиття ринків, цей процес активно проявився з початку 80-х років XX ст. Більш широкого значення термін набув завдяки Гарвардській школі бізнесу. Ініціатива належала консультанту цієї школи, японському вченому К. Оме, який опублікував в 1990 р. книгу «Світ без кордонів». Він виходив з того, що світова економіка визначається сьогодні взаємозалежністю трьох центрів – ЕС, США і Японії, і стверджував, що економічний націоналізм окремих держав стає безглуздим, внаслідок того, що економічний клімат на планеті встановлюють «глобальні ТНК». Через те, що процес глобалізації неоднозначний за своїми політичними і соціально-економічними наслідками і в той же час зачіпає інтереси усіх країн, за проблемою глобалізації проходять незатухаючі дискусії, у ході яких висловлювалися різні думки й оцінки, які носять альтернативний характер. При цьому, вчені, які позитивно оцінюють даний процес, звертають увагу на його економічну складову. Проте, скептики перспективи глобалізації не обмежуються економічними проблемами, а зосереджують увагу на питаннях світоглядного характеру, долях національних культур, історичних традиціях, розитковій національного духу народів, тощо. За цих обставин, постає завдання дослідження факторів глобалізації та сили їх впливу на науково-технічний розвиток виробництва і розробки адекватних заходів регулювання науково-технологічного потенціалу та його стійкого розвитку. Тому, нами визначено, що глобалізація – це суттєва складова, яка впливає на стійкий розвиток науково-технологічних відносин. Застосування такого підходу для нашого дослідження опосередковане тим, що глобалізація гостро підвищує ступінь відкритості суспільної системи в цілому та усіх її складових підсистем окремо. Це відбивається у інтенсифікації обміну інформацією у глобалізації фінансових і інвестиційних трансакціях, у значному розширенні обміну науковими ідеями, заділами, освітою, технологіями, науковими досягненнями, вченими-мігрантами. Крім наростання відкритості економічних систем, глобалізація викликає посилення нерівноважності процесів, які відбуваються. Це призводить до незворотності змін у основних сферах загальної діяльності, відносинах між окремими державами, взаємозв'язку соціумів в цілому та навколишнього природного середовища. Процес інтернаціоналізації виробничих, наукових, науково-технічних зв'язків не можна повернути назад у планетарному масштабі, що не виключає, безумовно, можливостей тимчасової самоізоляції окремої країни. До того ж, самоізоляція неминуче приведе до деградації. Крім того, у нових реаліях сучасного світу, повна самоізоляція попросту неможлива. Тому, перехідні процеси в економіці бувають доволі різноманітними, але вони, так чи інакше, пов'язані з глобальними якісними зрушеннями. Необхідність такого переходу висуває в якості пріоритетної, – проблему наукового обґрунтування принципової можливості та шляхів реалізації моделі стійкого розвитку. При цьому, докази необхідності та можливості переходу до стійкого розвитку мають поєднуватися з орієнтацією державного регулювання науки, техніки, технології, освіти на нові цивілізаційні цілі. Базис майбутнього суспільства не можливо створити без випереджаючого розвитку науково-технологічного потенціалу та системи освіти.

Висновки. За результатами проведеного дослідження встановлено, що основні риси постіндустріального суспільства зводяться до наступного:

- 1) провідна роль теоретичного знання становить основу технологічних інновацій; 2) нова

інтелектуальна технологія дає змогу знаходити більш ефективні підходи до вирішення технічних, економічних і соціальних проблем; 3) вирішальна роль «носіїв знання» належить професіоналам, технічним спеціалістам, які складають найчисленнішу соціальну групу; 4) посилення ролі та значення науки у технічному переозброєнні суспільства. Найважливішою ознакою нового суспільного устрою є вступ людства в постіндустріальну епоху. Це означає не просто розвиток засобів комунікації, які існували раніше, а виникнення нових принципів соціально-технологічної організації. Нова постіндустріальна епоха, заснована не на механічній техніці, а на інтелектуальній технології, що дозволяє нам сприймати новітній принцип суспільної організації і соціальних змін. Це висуває на визначальне місце теоретичне знання як джерело оновлення, що змінює природу технологічного прогресу.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в поглибленому аналізі реального стану будови постіндустріального суспільства, що можливе лише на базі розвинутої економіки, яка може забезпечити розширене суспільне відтворення. Як свідчить практика, найбільш конкурентоспроможні країни, що перейшли на стадію постіндустріального розвитку, використовують у своєму зростанні інновації та продукти науково-технологічного розвитку. Це підтверджує індекс Глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму, який для розвинутих країн в першій десятці складає 5,74 – 5,39 проти 4,0 для України (83-ге місце серед 142 країн), що доводить необхідність використання інновацій у виробництві, їх державної підтримки та формування сприятливого інноваційного середовища.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в запропонованому методологічному підході до формування концепції ідеї «сталого розвитку», що являє собою складну і одночасно комплексну категорію. В роботі під «стійким розвитком» треба розуміти слабо-структурований (неформалізований) рівноважний стан для забезпечення кількісного і якісного, переважно інтенсивного, диференційованого зростання творчого потенціалу працівників, наукоємності сучасного виробництва.

За сучасних умов, вирішення проблеми забезпечення сталого розвитку потребує періодичного корегування механізму управління сталим розвитком науково-технологічного процесу. Із цього випливає, що механізм управління сталим науково-технологічним розвитком підприємства повинен включати такі елементи: а) оцінку процесу розвитку; б) вибір стратегічного напрямку; в) визначення додаткових тактичних пріоритетів розвитку; г) оцінку стратегічного й тактичного напрямків сталого розвитку. Перспективним напрямом подальших наукових досліджень визначено проблему розробки управлінських впливів для протистояння факторам невизначеності, в контексті пізнання «сталого розвитку» як суспільного напрямку і індикатору сталого науково-технологічного розвитку, направлено на зниження нестабільності.

Література:

1. Иноземцев В. Л. Теория постиндустриального общества как методологическая парадигма обществоведения / В. Л. Иноземцев // Вопросы философии, № 10, 1997. – с. 34.
2. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знаниями, или история будущего // Новая индустриальная волна на Западе: Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 632 с.
3. Михнева С.Г. Интеллектуализация экономики: инновационное производство и человеческий капитал. / С. Г. Михнева // Журнал «Инновации» №1, 2003. – с. 12.
4. Penty A. Post-industrialism. London, 1922 – 485p.
5. Белл Д. Перехід постіндустріального суспільства / Д.Белл // Сучасна зарубіжна соціальна філософія – К.: Либідь, 1996. – с. 214.
6. Маркс К. Теория прибавочной стоимости / К. Маркс. ч. III – с. 127.
7. Bell D/ The Coming Post-industrial Society A.Venture in Social Forecasting - № 4, 1973 – 294 p.
8. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. Под ред. Иноземцева – М.: Academia, 1999. – 949 с.
9. The global Competitiveness Report 2011-2012. [Електронний ресурс] – Way of access: http://www.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-2012.pdf.
10. Иноземцев В.Л. За пределами экономического общества / В.Л. Иноземцев – М.: Academia, 1998. – 614 с.
11. Гегель Георг Вильгельм Фридрих. Энциклопедия философских наук. Наука логики том.1. / Г. В. Д. Гегель. – М. Мысль. 1974. – 452 с.
12. Основи стійкого розвитку. Навчальний посібник / За заг. ред., д.е.н., проф. Л.Г. Мельника. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 654 с.

Literatura:

1. Inozemcev V.L. Teorija postindustrial'nogo obshhestva kak metodologicheskaja paradigma obshhestvovedenija / V. L. Inozemcev // Voprosy filosofii, № 10, 1997. – s.34.
2. Sakajja T. Stoimost', sozdavaemaja znanijami, ili istorija budushhego // Novaja industrial'naja volna na Zapade: Antologija / pod red. V.L. Inozemceva. – M.: Academia, 1999. – 632s.
3. Mihneva S.G. Intellektualizacija jekonomiki: innovacionnoe proizvodstvo i chelovecheskij kapital. / S. G. Mihneva // Zhurnal «Innovacii» №1, 2003. – s.12.
4. Penty A. Post-industrialism. London, 1922 – 485p.
5. Bell D. Perekhi d postindustrial'noho suspil'stva / D.Bell // Suchasna zarubizhna sotsial'na filosofia – K.: Lybid', 1996. – s.214.
6. Marks K. Teorija pribavochnoj stoimosti / K. Marks. ch. III – s.127.
7. Bell D. Grijadushhe postindustrial'noe obshhestvo. Opyt social'nogo prognozirovanija / per. s angl. Pod red. Inozemceva – M.: Academia, 1999. – 949s.
8. The global Competitiveness Report 2011-2012. [Електронний ресурс] – Way of access: http://www.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-2012.pdf.
9. The global Competitiveness Report 2011-2012. [Електронний ресурс] – Way of access: http://www.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-2012.pdf.
10. Inozemcev V.L. Za predelami jekonomicheskogo obshhestva / V.L. Inozemcev – M.: Academia, 1998. – 614s.
11. Gegel' Georg Vil'gel'm Fridrih. Jenciklopedija filosofskih nauk. Nauka logiki tom.1. / G.V.D. Gegel'. – M. Mysl'. 1974. – 452s.
12. Osnovy stijkoho rozvytku. Navchal'nyj posibnyk / Za zah. red., d.e.n., prof. L.H. Mel'nyka. – Sumy: VTD «Universytets'ka knyha», 2005. – 654s.

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

УДК 330.341

Герасимчук В.Г.*доктор економ. наук, професор
Національний технічний університет України «КПІ»*

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: УКРАЇНА, ЄС, СВІТ

ФАКТОРЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ: УКРАИНА, ЕС, МИР

FACTOR ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS: UKRAINE, EU AND WORLD

Розглянуто ключові фактори успішного функціонування держави на основі використання результатів дослідження британського аналітичного центру The Legatum Institute, а саме: економіка, підприємництво, управління, освіта, охорона здоров'я, безпека, особисті свободи та соціальний капітал. Сукупний Індекс процвітання країн аналізується з позицій рівня економічної конкурентоспроможності (ВВП (ПКС) на душу населення, стан підприємницької сфери, ефективність державного управління) та якості життя населення (стан освіти і охорони здоров'я, очікувана тривалість життя, середня заробітна плата). Особлива увага приділена дослідженню позицій України у сукупному Індексі процвітання країн порівняно з іншими державами, насамперед, з країнами-лідерами світового рейтингу, а також країнами-членами європейського співтовариства (ЄС). Запропоновано модернізацію соціально-економічної системи, якою є держава, здійснювати у певній логічній послідовності і у взаємозв'язку її складових: славні традиції – класична освіта – передова наука – потужна індустрія – розвинена економіка – висока якість життя – сталий розвиток.

Ключові слова: глобалізація, сукупний індекс процвітання країн, соціально-економічна система, державне управління, якість життя

Рассмотрены ключевые факторы успешного функционирования государства на основе использования результатов исследования британского аналитического центра The Legatum Institute, а именно: экономика, предпринимательство, управление, образование, здравоохранение, безопасность, личные свободы и социальный капитал. Совокупный Индекс процветания стран анализируется с позиций уровня экономической конкурентоспособности (ВВП (ППС) на душу населения, состояние предпринимательской сферы, эффективность государственного управления) и качества жизни населения (состояние образования и здравоохранения, ожидаемая продолжительность жизни, средняя заработная плата). Особое внимание уделено исследованию позиций Украины в совокупном Индексе процветания стран по сравнению с другими государствами, в первую очередь, со странами-лидерами мирового рейтинга, а также странами-членами европейского содружества (ЕС). Предложено модернизацию социально-экономической системы, какой является государство, осуществлять в определенной логической последовательности и во взаимосвязи ее составляющих: славные традиции – классическое об-

разование – передовая наука – мощная индустрия – развитая экономика – высокое качество жизни – устойчивое развитие.

Ключевые слова: *глобализация, совокупный индекс процветания стран, социально-экономическая система, государственное управление, качество жизни*

The key factors of the successful functioning of the state are considered on the basis of drawing on the results of research of the British analytical center of The Legatum Institute, namely: economy, enterprise, management, education, health protection, safety, personal freedoms and social capital. The combined Index of prosperity of countries is analysed from positions of level of economic competitiveness (GDP (PPP) per capita, state of enterprise sphere, efficiency of state administration) and quality of life of population (state of education and health protection, expected life-span, middle salary). The special attention is spared to research of positions of Ukraine in the combined Index of prosperity of countries comparatively with other states, first of all, with the countries-leaders of the world rating, and also by the countries-members of European Union (EU). Modernization of the socio-economic system, that is the state, offers, to carry out in a certain logical sequence and intercommunication of her constituents: glorious traditions – classical learning – front-rank science – powerful industry – developed economy – high quality of life – sustainable development.

Keywords: *globalization, the total index of prosperity, social-economic system, public administration, quality of life.*

Вступ. “Boni principii bonus finis (Лат.). – У доброго початку добре завершення”. Головне призначення держави полягає в стабільному підвищенні добробуту громадян, захисті їх інтересів. Рівень якості життя знаходиться у прямій залежності від стану моралі і культури в суспільстві, розвитку освіти і науки, індустрії і аграрного сектора економіки. Не менш впливовими на розвиток держави виступають чинники зовнішнього середовища, які певним чином випробовують стійкість соціально-економічної системи по відношенню до різного роду викликів глобалізації.

Єдиним постійним фактором, який супроводжує розвиток підприємства, держави, цивілізації в цілому, є зміни. Р. Уотермен звертає увагу, що “чомусь не переводяться організації, які дієво управляють змінами, постійно пристосовуючи до них свої апаратні служби, стратегії, системи, продукцію, що випускається, і культуру, щоб пережити потрясіння та обернути собі на користь обставини, що підривають їх конкурентоспроможність. Долаючи кризи, що переслідують інші компанії їх галузі, вони кожного разу стають ще сильніше. Це майстри того, що я називаю оновленням” [1, с. 12].

Наведені слова Р. Уотермена торкаються не лише організацій, компаній, галузей. Перевірці на сприйнятливість до оновлення піддається кожна людина, кожна сім'я, врешті-решт, кожна держава. Циклічний характер розвитку світового господарства супроводжується тим, що одні держави в результаті здійснюваних реформ виходять на новий, більш високий рівень розвитку, інші переходять до розряду аутсайдерів. Наприклад, світовим лідером за масштабами економіки є США, але вага американської економіки у валовому світовому продукті (ВСП) з року в рік помітно знижується. Економіка Китаю, яка лише два роки тому випередила економіку Японії, складає вже майже половину американської.

Найбільш потужними країнами у світі (перша десятка) за питомою вагою ВВП від ВСП станом на 01.09.2014р., за нашими розрахунками, є: США – 21,1 %, Китай – 10,2 %, Японія – 8,2 %, Німеччина – 4,7 %, Франція – 3,6%, Велика Британія – 3,4 %, Бразилія – 3,2 %, Росія – 2,8 %, Італія – 2,8 %, Індія – 2,5%. У світовій економіці в перспективі (до 2050р.) очікується явне домінування Китаю, США та Індії. Лідерство країн “G7” поступово, крок за кроком переходить до групи країн “E7”.

Лідерство – не самоціль. Найважливішим критерієм існування людини на планеті залишатиметься якість її життя. Нами питання лідерства у світовій економіці розглядається з намірів на працювання таких наукових підходів до механізму управління національною економікою, реалізація яких сприяла б підвищенню його ефективності. У цьому зв'язку потрібно аналізувати моделі стратегічного розвитку сильних і успішних економік, сильних і успішних держав, наприклад, держав групи “G7”, “G20”, “E7” та інших, які займають найвищі позиції у світових рейтингах, найкраще втілюють у життя фундаментальні положення концепції сталого розвитку. Важливо визначити ключові, вирішальні фактори успіху, якого досягають передові країни, й вміло їх використовувати при розробці й реалізації стратегії інноваційного розвитку власне національної економіки. Адже

Україна і українці зобов'язані зайняти у перспективі чільне місце серед передових країн, серед країн з високим достатком життя громадян.

Проблемам підвищення ефективності соціально-економічного розвитку держави, модернізації усіх сторін її діяльності, у тому числі й активізації участі в інтеграційних процесах у світовому співтоваристві, присвячена достатня кількість наукових досліджень. Їх результати знайшли відображення в законодавчих і нормативних актах, монографіях, підручниках, дисертаціях, публікаціях в наукових збірках. Назвемо імена вітчизняних та зарубіжних учених, які, на нашу думку, найбільшою мірою проявили активність, наполегливість, масштабність у вивченні піднятої проблематики: О.Г. Білорус, І.В. Бураковський, П. І. Гайдуцький, В.М. Геєць, А. А. Гриценко, М.З Згуровський, Д.Г. Лук'яненко, Ю.В. Макогон, В.І. Мунтіян, Ю.М. Пахомов, Є.В. Савельєв, А. С. Філіпенко, В.І. Чужиков та інші науковці.

Разом з тим, чимало питань теоретичного, методологічного, методичного, та, насамперед, практичного характеру щодо розробки, прийняття, а особливо реалізації управлінських рішень, пов'язаних зі стратегічними аспектами розвитку національної економіки в умовах викликів глобальних трансформацій задля підвищення добробуту громадян залишаються відкритими.

Постановка завдання. “Quod vix contingit, vix voluptatem parit (Лат.). – Що недосяжно, не породжує бажання”. Мета дослідження полягає в поглибленні теоретико-методологічних основ, формулюванні методичних та практичних рекомендацій стосовно принципів розробки та реалізації ефективного механізму управління національною економічною політикою в умовах викликів глобалізації на підставі здійснення поглибленого факторного аналізу досягнення високих стандартів якості життя передовими країнами світу.

Методологія дослідження. “Aut inveniam viam, aut faciam (Лат.). – Або знайду дорогу, або прокладу”. Методологічну основу дослідження формують ключові положення, принципи та методи економічної теорії, концептуальні підходи в економічній науці з вивчення проблем глобалізації, інтернаціоналізації міжнародних відносин, розвитку національної економіки, її функціональних і галузевих систем, геополітики, циклічності розвитку соціально-економічних систем. В основу дослідження покладено доступна інформація про сукупний Індекс процвітання країн світу Інституту Legatum (The Legatum Prosperity Index) [2]. Серед використаних конкретних методів наукового пошуку: статистичний, системно-структурний, порівняння, логічного аналізу, історичний та інші.

Результати дослідження. Методичні підходи до оцінки успішності держав світу за сукупним Індексом процвітання. “Intelligenti parca (Лат.). – Тому, хто розуміє, достатньо й не багатослів'я”. Дослідницькі центри багатьох міжнародних, державних і громадських організацій, наукові підрозділи низки провідних університетів світу займаються визначенням рейтингів, що відображають стан різних сфер цивілізаційного розвитку. Особливе місце в цих дослідженнях відводиться відображенню результатів вирішення країнами світу соціальних, економічних та екологічних проблем, тобто найголовніших складових в концепції сталого розвитку [3-5]. У даній публікації розглянуто основні фактори успішного процвітання країн світу. Здійснене дослідження щодо оцінки успішності країн світу і місця України у світових рейтингах базується, насамперед, на інформації про сукупний Індекс процвітання країн світу.

Використана інформація про Індекс процвітання країн враховує, що зазначений індекс є комбінованим показником, який оцінює досягнення країн світу з точки зору їх суспільного благополуччя та його розвиток у глобальному масштабі (табл. 1). Індекс складається на основі 89 показників, об'єднаних в 8 категоріях. Кожна з цих 8 категорій відображає різні аспекти життя соціально-економічної системи, якою є держава, та параметри суспільного добробуту, а саме: 1) економіка; 2) підприємництво; 3) управління; 4) освіта; 5) охорона здоров'я; 6) безпека; 7) особисті свободи; 8) соціальний капітал.

Рейтинг кожної держави світу визначається шляхом обчислення середньозваженого значення вказаних індикаторів. Показники визначаються на базі даних статистичного аналізу, соціологічних досліджень, а також експертних оцінок учасників опитування. Статистичні дані в дослідженні отримані з 12 різноманітних джерел, у тому числі: ООН, Всесвітнього банку, ОЕСР, COT, Gallup, Economist Intelligence Unit, IDC, Pyramid Research та інших інститутів. Більш детальна методологія формування Індексу процвітання країн і джерел отримання даних для нього наводиться в щорічному випуску рейтингу за результатами чергового порівняльного дослідження [2].

У 2013 р. дослідження охоплювало 142 країни, загальне населення яких складає 96 % населення планети. У центрі нашої уваги, зазвичай, окрім України буде десять держав з найкращими досягненнями за Індексом процвітання (табл. 1), а також ті європейські країни, які

відносно нещодавно увійшли до складу ЄС. Не залишаться поза увагою й інші країни, щоб краще зрозуміти роль і місце України серед інших держав світу з представленням відповідних висновків і рекомендацій.

Таблиця 1

**Рейтинг 10 найуспішніших країн світу за сукупним
Індексом процвітання – 2013**

Країна	Місце в рейтингу	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8
Норвегія	1	1	6	12	4	5	6	2	1
Швейцарія	2	2	4	1	27	3	11	15	8
Канада	3	4	16	8	3	11	7	1	6
Швеція	4	6	1	4	14	12	3	4	10
Нова Зеландія	5	17	15	2	1	20	15	5	2
Данія	6	23	2	3	18	14	8	9	3
Австралія	7	10	11	7	2	17	16	3	4
Фінляндія	8	26	3	5	6	16	4	17	7
Нідерланди	9	20	8	10	12	7	17	14	5
Люксембург	10	5	5	6	46	1	10	7	17

Складено автором на підставі досліджень [2].

Кожна з 8 наведених категорій вказана в таблиці під своїм номером, відповідно – від № 1 до № 8. Для кожної з зазначених категорій в Індексі процвітання країн наводиться свій рейтинг. Рейтинг вказує місце даної країни серед інших держав. Відповідно, чим нижче рейтинг, тим гірше показник країни в даній категорії. Аналітики виставляють оцінки по кожній з 142 країн за кожним критерієм від 0 до 110, після чого визначається зведений рейтинг.

Україна зайняла 64 місце у зведеному рейтингу процвітання. Краще за все в Україні порівняно з іншими країнами йдуть справи у сфері освіти (31-е місце). Найгірша ситуація – у сфері державного управління (121-а позиція). Поряд з Україною у зведеному рейтингу розташувалися – В'єтнам (62) і Узбекистан (63), а також Беліз (65) і Філіппіни (66).

Зазначимо, що у світових рейтингах, які відображають основні соціально-економічні показники, Україна помітно поступається усім без виключення 28 країнам-членам ЄС, включаючи показник середньої заробітної плати (табл. 2).

Взірцем успішного функціонування держави можуть слугувати, безумовно, країни-лідери. 10 найбільш процвітаючих країн світу досягли високого рівня життя населення завдяки єдності і згуртованості нації, завдяки високому рівню конкурентоспроможності економіки, завдяки повазі і турботі про долю кожного громадянина, завдяки високій якості державного управління. Зупинимося більш детально на кожній зі складових зведеного рейтингу.

Економіка. "Tantum habebas, tantique habearis (Лат.). – Скільки маєш, стільки й коштуєш". Індекс процвітання країн, поза сумнівом, в перше чергу залежить від рівня економічної конкурентоспроможності і якості життя. 10 країнами-лідерами в Індексі процвітання експертами визначені: Норвегія, Швейцарія, Канада, Швеція, Нова Зеландія, Данія, Австралія, Фінляндія, Нідерланди і Люксембург. Самими неблагополучними країнами світу визнані: Пакистан, Ангола, Гаїті, Гвінея, Йемен, Того, Бурунді, Афганістан, Демократична Республіка Конго, Центральноафриканська Республіка, Чад.

З 10 країн-лідерів 7 – це європейські держави. Норвегія упродовж останніх 5 років стабільно займає 1-е місце в рейтингу. ВВП на душу населення в Норвегії складає 65 639,8 дол. США. Окрім Норвегії, в п'ятірку країн з кращою економікою увійшли також Швейцарія, Сінгапур, Канада і Японія.

І порівняно з країнами-лідерами рейтингу, і порівняно з новими членами ЄС за ВВП (ПКС) на душу населення, Індексом розвитку людського потенціалу (ІРЛП), середньою місячною заробітною платою, тобто ключовими показниками, що характеризують стан соціально-економічного розвитку держави, Україна знаходиться у найгіршому положенні. Викликає занепокоєння, що Україна за показником ВВП (ПКС) на душу населення опустилася вже на 104-е місце у світовому рей

тингу – 7423 дол. США (2013р.). В категорії “економіка” Індексу процвітання України відведено лише 72-е місце.

Таблиця 2

Основні соціально-економічні показники України та країн – нових членів ЄС

Країни	ВВП (ПКС), млрд. дол. США	ВВП (ПКС) на душу населення, тис. дол. / чол.	Індекс розвитку людського потенціалу	Середня місячна зарплата, євро
Польща	817,0 (21)	21,214 (47)	0,834 (35)	661
Чехія	286,0 (44)	27,800 (35)	0,861 (28)	702
Словаччина	133,0 (65)	24,605 (39)	0,830 (37)	7745
Словенія	57,4 (89)	27,900 (33)	0,874 (25)	1000
Угорщина	198,0 (56)	20,065 (49)	0,818 (43)	497
Естонія	29,8 (109)	23,144 (43)	0,840 (33)	735
Латвія	38,9 (104)	19,120 (51)	0,810 (48)	504
Литва	67,6 (83)	22,747 (45)	0,834 (35)	524
Болгарія	105,0 (71)	14,499 (67)	0,777 (58)	333
Румунія	285,0 (46)	13,396 (72)	0,785 (54)	395
Хорватія	77,9 (81)	18,191 (55)	0,812 (47)	712
Україна	337,0 (41)	7,423 (104)	0,734 (83)	164

Складено автором за даними ООН, МВФ, Євростату та інших доступних джерел станом на 01.09.2014р.

Підприємництво. “Lucrum unius est alterius damnum (Лат.). – Прибуток одного – це збиток для іншого”. У категорії “бізнес і можливості” на 1-му місці знаходиться Швеція. ВВП на душу населення тут складає 43180,2 дол. США. Для ведення бізнесу найбільш сприятливими країнами аналітики вважають також Данію, Фінляндію, Швейцарію, Люксембург. Україні в даній категорії відведена 61-а позиція, і вона за цією позицією програє усім без виключення членам ЄС. Сфера підприємництва в Україні знаходиться в стані песимізму. За свідченням В.І. Мунтіяна: “В Україні зростання обсягів ВВП відсутнє. Реальний обсяг ВВП за 2013р. склав 69,5% від рівня 1990р., а обсяг промислової продукції склав 91,9% відповідно” [6].

Державне управління. “Concordia parvae res crescent, [discordia maximae dilabuntur] (Лат.). У злагоді і малі держави (малі справи) зростають, [при розбраті і великі руйнуються]”. Успішне функціонування держави визначається успішністю управління цією державою. Другою серед процвітаючих країн світу у рейтингу стала Швейцарія, поступившись у даній категорії лише Норвегії. Швейцарія, до речі, і в окремих категоріях упевнено тримається у першій п'ятірці [7]. Найбільш високі показники Конфедерація показала у категорії державного управління (1-е місце). Практично 86 % населення країни вірять у чесність виборів, 85,1 % довіряють судовій системі і 82,2 % – уряду. 70,7 % громадян задоволені зусиллями держави у боротьбі з бідністю, 76,1 % схвалюють державну політику у сфері захисту довкілля. Лише 27 % населення вважає, що уряд корумпований.

Успішне управління дозволило Швейцарії зайняти друге місце в категорії “економіка”. Темпи зростання ВВП на душу населення за останні 5 років в Швейцарії склали 0,7 %. Практично 95 % населення задоволені своїм рівнем життя. Більшість жителів країни не відчують проблем з житлом та харчуванням. 65% населення Швейцарії мають постійну роботу на повну ставку. Половина жителів Конфедерації довіряє фінансовим інститутам країни.

За показниками ефективності функціонування сфери державного управління Україна поступається усім країнам ЄС.

Освіта. “Non tam praeclarum est scire Latine, quam turpe nescire (Лат.). – Не так похвально знати латинь, як ганебно її не знати”. Кращий показник в категорії “освіта” у Нової Зеландії. ВВП на душу населення в країні складає 32 219,5 дол. США. Щорічно в країну приїжджає близько 30 тисяч іноземних студентів. У Новій Зеландії студентів з-за кордону приваблює високий рівень життя і безпека. Нова Зеландія відрізняється взірцевим станом екології. Для здобуття якісної освіти аналітики рекомендують, окрім Нової Зеландії, наступні країни: Австралію, Канаду, Норвегію, США. У даній категорії місце України – 31-е. За цим показником Україна поступається новим членам ЄС: Словенії (9), Чехії (24), Угорщині (22), Словаччині (23), Литві (28) і Латвії (29).

Охорона здоров'я. “Est medicina triplex: servare, cavere, mederi (Лат.). – Медицина (завдання медицини) – потрібна: попереджати, спостерігати, лікувати”. Кращий показник у даній категорії – у Люксембурга. ВВП на душу населення: 91 387,9 дол. США. Для проходження лікування аналітики рекомендують обирати також США, Німеччину, Норвегію. На передових позиціях у сфері медицини знаходиться також і Швейцарія (3 місце). 91,4% населення Швейцарії задоволені станом свого здоров'я. 95 % дітей прищеплені від інфекційних захворювань, 92% отримали щеплення від кору. На 1000 народжень доводиться чотири дитячі смерті у віці до 1 року. Очікувана тривалість життя швейцарця – 75 років.

Однією з найкращих систем охорони здоров'я у світі, за даними ВООЗ, визнана кубинська система. Усім громадянам Куби надається висококласна медична допомога на безкоштовній основі. Куба займається навчанням іноземних фахівців і допомагає колегам більш ніж у 32 країнах світу. Куба значно просунулася у сфері біотехнологій, розробивши вакцини проти раку. Острів Свободи приступив також до тестування на людині вакцини у боротьбі зі СНІД.

За якістю послуг, що надаються у сфері медицини, Україна (86-е місце) явно поступається країнам-членам ЄС. Нині очікувана тривалість життя в Україні – 68,9 року (2011 р.). Це нижче середньосвітового рівня (69,3 року). За наведеним показником Україна займає вже 119-е місце. В Україні тривалість життя коротша, ніж вона була у 1965-1966рр. Чисельність населення за 23 роки незалежності зменшилася з 52 до 43 млн. чол.

Найнижча кількість людей, що вважають своє життя у рідній країні цілком щасливим, зафіксовано в Афганістані – 21%. В аутсайдерах також опинилися Мексика і Польща (по 28%), Сербія (27%), Україна, Косово і Пакистан (по 22%). Самими невдоволеними своїм життям на батьківщині виявилися жителі країн, постраждалих від воєн, міжнаціональних конфліктів і економічних криз.

Безпека. “Ius est ars boni et aequi (Лат.). – Право – мистецтво добра і справедливості”. Найбільш безпечними країнами, на думку аналітиків, вважаються – Гонконг, Ісландія, Швеція, Фінляндія та Ірландія. Наприклад, Швейцарія зайняла 11 місце в категорії “безпека і захищеність”. 80,3% її громадян почувають себе у безпеці вночі на вулицях. При цьому за рік на 4,2% населення були здійснені напади, 14,6% були пограбовані. Тільки 2,8% населення боїться відкрито виражати свою політичну позицію. Україна в категорії “безпека і захищеність” зайняла 55-е місце. В Україні небезпечніше знаходитися порівняно з усіма країнами ЄС.

Особисті свободи. “Non videtur vim facere, qui iure suo utitur (Лат.). – Вважається, що той, хто користується своїм правом, не застосовує насильства”. Кращий показник в категорії “Особисті свободи” належить Канаді (1-е місце). ВВП на душу населення в Канаді: 42 533,4 дол. США. Рівень задоволеності життям: 7,4 з 10. Стосовно Канади фахівці Legatum Institute відзначають високий рівень свобод і терпиме ставлення до мігрантів. Економічну стабільність пояснюють, передусім, різноманіттям природних ресурсів при невеликій чисельності населення. У категорії «Особисті свободи» категорії Україна займає “далеке” 107-е місце. У багатьох європейських країнах ситуація виглядає також не набагато краще: Хорватія (93-е місце), Латвія (96), Литва (101), Греція (134).

Соціальний капітал. “Privatum commodum publico cedit (Лат.). – Особиста вигода відступає перед громадською”. Першість у даній категорії займає Норвегія. Соціальний капітал – термін, введений французьким філософом П. Бурдьє [8]. Спочатку під соціальним капіталом розумілися “ресурси, ґрунтовані на родинних стосунках і стосунках в групі членства”. Для виміру соціального капіталу використовують такі кількісні показники, як рівень довіри в суспільстві – горизонтальні та вертикальні стосунки, абсолютні значення і порівняно з іншими країнами, а також рівень злочинності. Довіра вважається інтегральним показником соціального капіталу, оскільки відображає сукупність неформальних норм у дії.

Джерелом для кількісних оцінок може слугувати звіт про рівень людського розвитку країн світу у рамках Програми розвитку ООН (UNDP). Середній показник довіри для 170 країн складає 29,8 %. Серед народів з рівнем довіри, що перевищує 40 %, жителі наступних країн: Швеції, Данії, Фінляндії, Голландії, Швейцарії, Канади, Китаю, а також – Марокко, Джібуті і Малі. У числі країн з рівнем довіри менше 10 %: Сирія, Албанія, Ліван, Туреччина, Йорданія, Палестина (ісламські держави), а також – Кампучія і Еквадор.

Простежується пряма залежність стану економічного розвитку держави від рівня довіри. Середній показник довіри першої десятки найбільш розвинених країн складає 39 %, першої двадцятки – 33 %, а усіх високорозвинених країн (за класифікацією UNDP їх 47) – 31 %. Серед високорозвинених країн лише 3 держави мають рівень довіри 15 % і менше. Це – Латвія, Угорщина, Словенія. В Україні показник рівня довіри – 29 %. Показники сусідніх країн: Румунія – 15 %, Росія – 24 %, Білорусь – 34 %, Польща – 25 %, Угорщина – 13%, Словаччина – 21%, Молдова – 12 %.

Одним з індикаторів соціального капіталу виступає рівень злочинності. Соціально-економічні системи з розвиненим рівнем неформальних норм і інститутів запобігають злочинності. Не суворий закон, а сувора мораль зменшує злочинність. В Україні рівень злочинності вищий, ніж в середньому у світі (відповідно, 5,2 і 6,9). Середній показник для 47 високорозвинених країн складає – 2,1, а першої світової десятки – 1,2.

Україна залишається в переліку найбільш корумпованих країн світу. За підсумками 2014 року у світовому рейтингу їй відведено 142-е місце з 175 з 26-ма балами зі 100 можливих (відсутність корупції). Такий результат Індексу сприйняття корупції 2014 (Corruption Perceptions Index), оприлюднений неурядовою міжнародною організацією по боротьбі з корупцією та дослідженню рівня корупції по всьому світу Transparency International. Україна опинилася на одному щаблі з Угандою і Коморськими островами. Більше 2/3 з 175 країн набрали в зазначеному Індексі менше 50 балів. Найменш корумпованою країною світу визнано Данію з 92 балами. В лідерах також – Нова Зеландія, Фінляндія, Швеція і Норвегія. Найвищий рівень корупції – в Афганістані, Судані, КНДР і Сомалі. 76 % українців не довіряє своєму уряду [9].

Висновки. “Feci quod potui, / [faciant meliorapotentis] (Лат.). – Я зробив [все], що зміг, [нехай ті, хто можуть, зроблять краще]”. Прийнята за основу методологія факторного аналізу міри процвітання країн світу, без сумніву, потребує подальшого вдосконалення, оскільки ті ж експертні оцінки мають певні хиби з-за дії чинника суб’єктивізму. В той же час, діючий методичний підхід у формуванні Індексу процвітання надає змогу уряду кожної держави розробляти плани з поліпшення якості життя громадян. Модернізацію соціально-економічної системи, в ролі якої в дослідженні виступає держава, пропонується здійснювати у певній логічній послідовності і у взаємозв’язку її складових: славні традиції – класична освіта – передова наука – потужна індустрія – розвинена економіка – висока якість життя – сталий розвиток.

Запропонована публікація може виступити свого роду каталізатором для більш виважених підходів до розробки, прийняття і, найголовніше, втілення в життя рішень тактичного і стратегічного характеру на різних рівнях управління, як на рівні держави, як на рівні різних угруповань (наприклад, ЄС), так і на рівні світової спільноти щодо шляхів підвищення добробуту населення.

Які умови потрібні для успішного формування і втілення в життя стратегічних цілей? По-перше, для розвитку держави потрібна наявність національної, патріотичної ідеї. По-друге: “Коли вам здається, що мета недосяжна, не змінюйте мету – змінюйте план дій” (Конфуцій). По-третє, успішна реалізація успішної стратегії можлива, коли її супроводжує успішний стратег. “Управляючи царством, що має тисячу бойових колісниць, слід серйозно відноситися до справи і спиратися на довіру, дотримуватися економії у витратах та піклуватися про людей; використати народ у відповідний час” (Конфуцій).

Література:

1. Robert H. Waterman Jr., (1987), *The Renewal Factor. How the Best Get and Keep the Competitive Edge*, Bantam Books, New York, 338 p.
2. Рейтинг стран мира по уровню процветания — информация об исследовании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/legatum-prosperity-index/info>.
3. Bataveljic D. *European federalism at the Beginning of the 21st Century* / Dragan Bataveljic, Anka Vojvodic; (translation Daniela Horner). – Kragujevac: Law Faculty, 2010 (Beograd: Ton plus). – 214 str.
4. Гриценко А.А. Комплементарность экономического и социального развития общества / Стратегія соціально-економічного розвитку України. Наукове видання. Загальна редакція і складання Степанова О.П. – В 2-х томах. Том.1. – К.: “Юрисконсульт”, 2014, с. 9-21.
5. Jan Rymarczyk. *Postmodernizm w dzialanosci wspolczesnych korporacji transnarodowych* // *Ekonomia*, 1 (13), 2011, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroclawiu, Wroclaw, 2011, p. 161-173.
6. Мунтіян В.І. Зміна парадигми / Стратегія соціально-економічного розвитку України. Наукове видання. Загальна редакція і складання Степанова О.П. – В 2-х томах. Том.1. – К.: “Юрисконсульт”, 2014, с. 3-9.
7. Родина, С. Швейцарія – одна из самых процветающих стран мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nashagazeta.ch/news/swiss/16626>.
8. *La distinction. Critique sociale du jugement*, Pierre Bourdieucoll. Le sens commun, éd. de Minuit, 1979, 672 p.
9. Кохан Г. В. Явище політичної корупції: теоретико-методологічний аналіз: монографія / Г. В. Кохан. – К.: НІСД, 2013. – 232 с.

Дунська А. Р.

канд. економ. наук, доцент

Локота А. Г.

Національний технічний університет України «КПІ»

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ЛІЦЕНЗІЯМИ В УКРАЇНІ

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ЛИЦЕНЗИЯМИ В УКРАИНЕ

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTERNATIONAL TRADE LICENSES IN UKRAINE

Проведено аналіз міжнародної торгівлі ліцензіями на світовому рівні, визначені країни та галузі, які займають значну частку ліцензійного ринку. Розглянуто обсяг експорту послуг і імпорту в світі за географічною та галузевою структурою за 2005-2013 рік та географічну структуру поданих заявок на отримання патентів в 2014 році. Також виділені 5 сфер, які займають лідируючу позицію за обсягом поданих заявок на патенти.

В роботі проаналізовані основні закономірності розвитку світового ринку ліцензій та визначена роль міжнародної ліцензійної торгівлі в світовому господарстві. Наведений аналіз стану міжнародної торгівлі ліцензіями в Україні: обсяг та основні джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні за 2010-2012 рр.

В статті надано аналіз динаміки структури експорту-імпорту послуг України за видом послуги – «Роялті та інші послуги» та структура зовнішньої торгівлі послугами за 9 місяців 2014 року в сфері ліцензійних договорів. Розглянуті найвагоміші партнери України за видом послуги «Роялті та ліцензійні угоди». В статі виявлені основні проблеми ліцензійної торгівлі та розглянуті подальші перспективи ринку ліцензій в Україні.

Ключові слова: ліцензія, міжнародна торгівля ліцензіями, патент, передача технологій, інновація.

Проведен анализ международной торговли лицензиями на мировом уровне, определены страны и области, которые занимают весомую долю лицензионного рынка. Рассмотрена динамика объема экспорта услуг и импорта в мире по географической и отраслевой структуре за 2005-2013 год и географическая структура поданных заявок на получение патентов в 2014 году. Также выделены 5 сфер, которые занимают лидирующую позицию по объему поданных заявок на патенты.

В работе проанализированы основные закономерности развития мирового рынка лицензий и определена роль международной лицензионной торговли в мировом хозяйстве. Приведенный анализ международной торговли лицензиями в Украине: объем и основные источники финансирования инновационной деятельности в Украине за 2010-2012гг. В статье подан анализ динамики структуры экспорта-импорта услуг Украины по виду услуги - «Роялти и другие услуги» и структура внешней торговли услугами за 9 месяцев 2014 года в сфере лицензионных договоров. Рассмотрены наиболее значимые партнеры Украины по виду услуги «Роялти и лицензионные соглашения». В статье выявлены основные проблемы лицензионной торговли и рассмотрены дальнейшие перспективы рынка лицензий в Украине.

Ключевые слова: лицензия, международная торговля лицензиями, патент, передача технологий, инновация.

It was analysed international trade licenses on a global level, determined country and sector, which occupy a significant share of the market license. We consider the volume of exports and imports of services worldwide geographical and sectorial structure for the 2005-2013 year and the geographic structure of applications for patent in 2014. Also, highlighted 5 areas, that occupy a leading position in terms of applications for patents.

This work analysed the basic laws of the world market licenses and the role of international trade license in the world economy. The above analysis of international trade licenses in Ukraine: the volume and main sources of financing of innovative activity in Ukraine for 2010-2012. The work analyses the dynamics of the structure of exports and imports of services by type of service Ukraine - «Royalties and other services» and the structure of foreign trade in services for 9 months of 2014 in the field of licensing agreements. Considered the most significant partners of Ukraine, by type of service «Royalty and license agreements.» The article identified the main problems licensed trade and discussed further perspectives of the licenses in Ukraine.

Keywords: license, international trade licenses, patents, technology transfer, innovation.

Вступ. На сучасному етапі одним з ключових завдань економічного розвитку України є визначення нового виміру її інтеграції у світову економіку. Одним із варіантів вирішення цього завдання є розширення участі країни у світовій торгівлі ліцензіями, що дозволить Україні отримати переваги від високого інтелектуального потенціалу і забезпечить просування української економіки в високотехнологічній сфері.

Перетворення інновацій в головну силу економічного розвитку сучасної світової економіки обумовлює активізацію процесів міжнародного науково-технічного обміну. Світова практика свідчить, що основною комерційною формою міжнародної передачі технологій є ліцензійна торгівля.

Теоретичну та методологічну основу дослідження сформував праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених в сфері світової торгівлі ліцензіями, інтелектуальної власності та світової економіки: Алдошина В. М., Богуславського М. М., Бромберга Г.В., Донця І. М., Градобітової Л. Д., Котлера Ф., Коултера М., Мансфілд Е., Радеби Л.Х., Робінса С. та ін.

Первинними джерелами дослідження є міжнародні угоди в сфері світової торгівлі, захисту та комерціалізації інтелектуальної власності, міжнародного інвестування, статистичні матеріали та публікації міжнародних економічних організацій (СОТ, ЮНКТАД, ВІРО), статистичні збірники (УКРСТАТ).

Постановка завдання. Метою дослідження є розглянути економічну сутність міжнародних ліцензійних операцій, проаналізувати міжнародну торгівлю ліцензіями визначити її роль в світовому господарстві, проаналізувати стан, проблеми та перспективи ринку ліцензій в Україні. Визначити роль та місце України у міжнародній торгівлі ліцензіями.

Методологія дослідження являє собою поєднання базових компонентів наукового пізнання, таких як діалектична логіка, методи системного аналізу, економіко-статистичні методи.

Результати дослідження. Міжнародна торгівля ліцензіями являється вигідною як для ліцензіара, так і для ліцензіата. Відзначається, що кожен долар, витрачений на покупку іноземної ліцензії, за своїм ефектом еквівалентний (без урахування фактору часу) в США приблизно 6,2 дол., у Великобританії - 3,1, у Франції - 5,4, інвестованих в НДДКР [1].

Лідером в експорті ліцензій виступають Сполучені Штати Америки, які є єдиною великою країною світу, що має позитивне сальдо патентно-ліцензійного обміну. Визнаним лідером з імпорту ліцензій в останні десятиріччя є Японія. Обсяги закупівлі науково-технічних досягнень цією країною є не тільки найбільшими, а й такими, що перевищують обсяги імпорту технічних досягнень таких індустріально розвинутих країн, як США, Великобританія, Італія, Франція.

Найбільша частина торгівлі ліцензіями припадає на наступні галузі: електротехнічна й електронна промисловість – 19 %, загальне машинобудування – 18 %; хімічна промисловість – 17,4 %, транспортне машинобудування – 10,2 % всього обсягу комерційних операцій [2].

Останнім часом достатньо швидко розвивається галузь програмного забезпечення на ліцензійному ринку. Одним з найяскравіших прикладів є компанія Microsoft та реалізація ліцензій компанії на використання Microsoft Windows 8, обсяг яких перевищив показник 200 млн. одиниць через 15 місяців після запуску.

В загальному обсязі експорту та імпорту послуг за останні спостерігаємо позитивну динаміку по усім напрямкам продажу послуг (табл. 1).

Обсяги експорту послуг і імпорту в світі, 2005-2013 рр. (млн дол США)

Рік	Область	2005	2008	2010	2011	2012	2013
Світ	Всього	2573220	3916200	3896260	4372890	4473810	4720180
	Транспорт	569280	890670	807470	880140	888450	905940
	Подорожі	703010	963200	951500	1064510	1104230	1183630
	Інші сервіси	1298600	2059180	2129940	2419750	2474660	2625940
	Послуги зв'язку	59400	97700	97160	106340	111160	121150
	Будівельні послуги	56050	112150	99410	106580	107010	105140
	Страховання	49400	83490	96720	105300	104160	102570
	Фінансові послуги	180550	298620	282110	316870	308470	334930
	Комп'ютерні та інформаційні послуги	103820	195190	213810	249530	261370	286810
	Роялті та ліцензійні угоди	159690	228740	255470	290270	293470	309860
	Інші ділові послуги	609370	944850	983670	1128780	1172740	1247230
	Послуги приватним особам та в сфері культури та відпочинку	23280	29300	33010	38620	39470	42450
	Державні послуги	57040	69140	68580	77480	76810	75800
ЄС	Всього	1211730	1819940	1712970	1931940	1890860	2018820
	Роялті та ліцензійні угоди	48970	75920	90890	103600	98850	108040

Складено автором на основі [3].

Розглядаючи складову «Роялті та ліцензійні угоди» спостерігаємо, що у 2013 році було здійснено операцій, в цій сфері, на суму 309860 млн. дол. США (третя частина, яких були здійсненні на території Європейського Союзу), що на 603 330 млн. дол.США більше ніж в 2012 році, що у відсотковому значенні складає 6 %. Це свідчить про позитивну динаміку в збільшенні операцій та угод на ліцензійному ринку.

Географія поширення інновацій на світовому ринку технологій є вкрай нерівномірною і має чітку залежність від науково-технічних потенціалів країн. 9/10 світового обсягу патентів та ліцензій, а також витрат на науково-дослідні та проектно-експериментальні розробки, надходжень і платежів за трансфер технологій припадає на десятку ринково розвинутих країн.

За 9 останніх місяців 2014 року організація WIPO склала рейтинги країн за кількістю поданих заявок на патенти, що свідчить про інноваційну активність країн та вагому роль на ринку торгівлі ліцензіями та «ноу-хау».

За підрахунками організації в 2014 році було подано 205 300 заявок на патенти, що на 5,1 % більше ніж в 2013 році. Географічна структура заявок представлена в табл. 2.

Географічна структура поданих заявок на патенти в 2014 році

Ранг	Країна	Кількість заявок
1	США	57239
2	Японія	43918
3	Китай	21516
4	Німеччина	17927
5	Корея	12386
6	Франція	7899
7	Велика Британія	4865
8	Швейцарія	4367
9	Нідерланди	4198
10	Швеція	3960

Складено автором на основі [4]

Також в дослідженні представлені Топ-5 сфер за кількістю заявок в цій галузі. Найбільшу частку зайняла галузь електричне машинобудування, приладобудування та енергетика – 14897 заявок, що на 10,9 % більше ніж в попередньому періоді. На другому місці комп'ютерні технології – 14684 заявок, на третьому – цифровий зв'язок, четверте місце – медичні технології та п'яте – прилади вимірювання.

Помітна зростаюча тенденція в кількості заявок на патенти, в обсязі експорту та імпорту ліцензійних угод та в загальній кількості операцій на ліцензійному ринку свідчить про інноваційну спрямованість світових лідерів.

В порівнянні з розвинутими країнами фактичне місце України на світовому ринку науково-технічних досягнень незначне. Це зумовлено низьким ступенем участі як в експорті високих технологій, в першу чергу, через низьку результативність діяльності національної інноваційної сфери, так і в імпорті. Україна виробляє значно меншу частку наукомісткої продукції на світовому ринку, ніж її частка в світовому науково-технічному потенціалі.

Однією із головних причин такого становища є недостатні обсяги фінансування та недосконала його структура, що вимагає оптимізації. Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні за 2010-2012 рр. представлена у табл. 3.

Таблиця 3

Джерела фінансування інноваційної діяльності в Україні 2010-2012 рр.

	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
		млн. грн.			
2010	8045,5	4775,2	87,0	2411,4	771,9
2011	14333,9	7585,6	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6

Складено автором на основі [5]

Результати табл. 3. вказують на зниження загальної суми витрат у 2012 р. відносно 2011 р. з 14333,9 млн. грн., до 11480,6 млн. грн. Також дані таблиці свідчать, що найбільшим джерелом фінансування інноваційної діяльності в Україні є власні джерела.

Єдина конкурентна перевага країни в цьому аспекті, це традиційно сильні ІТ-кадри, тобто дуже високий рівень підготовки програмістів, оскільки Україна є одним зі світових центрів офшорного програмування [6].

Наступним кроком в характеристиці розвитку ринку ліцензій в Україні є аналіз динаміки структури експорту-імпорту послуг (табл.4).

Таблиця 4

Динаміка структури експорту-імпорту послуг (за видом послуги – «Роялті та інші послуги»), 2005–2013рр., тис.дол. США

Найменування послуги згідно з КЗЕП	Експорт				Імпорт			
	2005	2011	2012	2013	2005	2011	2012	2013
Усього	6134742	13792217	13599128	14836264	2934996	6235194	6736071	7608976
Роялті та інші послуги, пов'язані з використ. інтелект. власності	9751,3	46067,7	56416,2	97668,0	209609,6	411838,9	419815,5	854214

Складено автором на основі [5]

Як зазначено в таблиці 4, експорт роялті та ліцензійних угод в 2013 році має позитивну динаміку, наприклад, в 2013 році показник більший від попереднього на 41251 тис. дол. США, що у відсотковому значенні дорівнює 58%. Імпорт ліцензійних послуг збільшився на 49 % в 2013 році в порівнянні з 2012 роком. Такий високий показник росту експорту та імпорту свідчить про зростання ролі України на ринку ліцензій та «ноу-хау».

Структура зовнішньої торгівлі послугами в 2014 році надана в таблиці 5. В таблиці ми спостерігаємо від'ємне сальдо в торгівлі послугами та низьку частку торгівлі роялті у відношенні до загального обсягу торгівлі послугами. Вона складає 0,5 % експорту (для порівняння в США вона складає 4,8%) та 7,6% загального імпорту послуг. Це свідчить про необхідність розвитку цього напрямку експорту та імпорту послуг.

Таблиця 5

Структура зовнішньої торгівлі послугами за 9 місяців 2014 року

Найменування послуги згідно з КЗЕП	Експорт			Імпорт			Сальдо
	тис.дол США	у % до 9 міс. 2013р.	у % до обсягу, розділу всього	тис.дол. США	у % до 9 міс. 2013р.	у % до обсягу, розділу всього	
Усього	8685909	83,5	100,0	4262539	79,3	100,0	4423369
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	41252,9	78,5	0,5	326015,9	70,9	7,6	-284763,0

Складено автором на основі [5].

Зовнішня торгівля послугами України з іншими країнами надана в таблиці 6., в таблицю були занесені найвагоміші партнери України за видом послуги «Роялті та ліцензійні угоди». Найбільший обсяг експорту роялті Україна має з Росією (14228 тис.дол. США), що становить 0,5 % до загального обсягу країни. А імпорт ліцензій зі Швейцарії (105349,5 тис. дол. США), що складає 37,2 % від загального обсягу країни. Спостерігається негативне сальдо майже з усіма країнами партнерами. Виключеннями є: Казахстан, Білорусь та Молдова.

Пріоритетом України залишається розвиток експорту власних ліцензій та «ноу-хау» з метою отримання прибутку та імпорту технологій з розвинених країн для оновлення та збагачення технологічного та інноваційного потенціалу країни.

Більшість операцій з ліцензіями проходять всередині корпорацій, і не завжди оприлюднюються, проте ліцензійний потенціал України значний.

Але існує ціла низка причин, що знижують ефективність процесу розвитку ліцензійної торгівлі в Україні:

1) Однією з них, найбільш важливою, є відсутність механізму регулювання зовнішньої торгівлі українськими ліцензіями, що призводить до безоплатної втрати національного інтелектуального ресурсу.

2) Недостатній рівень кваліфікації фахівців у цій новій для більшості підприємств діяльності.

3) Практично всі підприємства намагаються передати за кордон новітні знання в чистому вигляді, але не враховують вкладу виробничих знань, секретів та інжинірингових послуг. Така стратегія українських підприємств різко відрізняється від загальносвітових тенденцій, де однією з найбільш характерних рис сучасного ліцензійного обміну є загострення конкурентної боротьби і значне ускладнення доступу до новітніх технологій і обмеженню їх комерційного використання.

4) 90% промислової продукції, що випускається українськими підприємствами, в тому числі за новітніми технологіями, не відповідає світовому рівню і, отже, є неконкурентоспроможною.

5) У більшості підприємств відсутня єдина політика в галузі охорони промислової власності та експорту товарів і технологій, що різко знижує можливість розширення продажу ліцензій.

6) Більшість запропонованих українськими підприємствами технологій мають обмежене промислове впровадження. Звідси впливає й наступна проблема низької ціни експортованих українських ліцензій, яка ускладнюється не використанням методик розрахунку ціни у підприємств.

**Зовнішня торгівля послугами України з країнами світу
(за видом послуги – «Роялті та інші послуги») за 9 місяців 2014 року**

	Експорт		Імпорт		Сальдо +/-
	Обсяг звітного періоду, тис.дол. США	У % до відповідного періоду минулого року	Обсяг звітного періоду, тис.дол. США	У % до відповідного періоду минулого року	
В С Ъ О Г О	41252,9	78,5	326015,9	70,9	-284763,0
Росія	14228,1	79,0	28454,5	83,1	-14226,4
Велика Британія	6512,6	164,3	47316,1	113,8	-40803,5
Швейцарія	5231,7	95,4	105349,5	146,1	-100117,8
Кіпр	3725,8	98,5	38008,4	20,5	-34282,6
США	2002,4	95,2	23748,2	88,5	-21745,8
Казахстан	1299,1	91,6	32,7	129,4	1266,4
Німеччина	905,4	90,2	21647,6	79,0	-20742,2
Білорусь	758,7	86,5	373,9	133,8	384,9
Чехія	548,6	51,0	699,1	56,7	-150,5
Нідерланди	318,0	75,4	9815,5	125,9	-9497,5
Молдова	304,8	81,3	11,3	90,1	293,5
Австрія	209,2	99,8	5732,2	80,8	-5523,0
Японія	81,3	57,1	480,2	5,8	-398,9
Китай	36,3	21,9	74,1	762,8	-37,9

Складено автором на основі [5].

7) Імпорт ліцензій та обладнання здійснюється без врахування такого важливого чинника міжнародної торгівлі, як права, якими володіють підприємства-ліцензіати.

8) Важливою проблемою імпорту ліцензій є його економічна значимість. На жаль, не всі підприємства, купуючи ліцензії, віддають собі звіт в тому, що ліцензійні платежі становлять тільки частину імпорту. Нерідко вартість технологічного обладнання та комплектуючих, необхідних для впровадження технології, у два-три рази перевищує вартість самої ліцензії. А затягування термінів впровадження знижує новизну і конкурентоспроможність ліцензійної продукції.

9) Також значною проблемою вітчизняного ринку ліцензій і ноу-хау є «відтік мозку» закордон, нездатність держави сформувати певні умови для створення об'єктів для ліцензування.

Вирішення перелічених проблем має стати значним кроком вперед, і, враховуючи потенціал України, кроком до створення конкурентоспроможних позицій на світовому ринку ліцензування.

Перспективи: 1) Оскільки винахідницька та патентна активність є основною передумовою науково-технологічного обміну, то, важливою для України є інтеграція у міжнародний ринок патентів та винаходів, що надасть можливість не тільки користуватися винаходами, патенти яких перебувають у власності суб'єктів інших країн, а й розвивати власну винахідницьку й патентну діяльність [1, с. 16].

2) Пріоритетним заходом у завоюванні іноземних ринків є ефективний захист та збереження права власності на винаходи, корисні моделі, промислові зразки за вітчизняними винахідниками, які потенційно змогли б виступати ліцензіарами, укладаючи угоди із іноземними партнерами.

3) Відкриття світових ринків дає можливість науковцям вигідно користуватися своїм інтелектуальним доробком, проте вони переважно не мають досвіду підприємницької діяльності і не завжди розуміють правила гри на міжнародному ринку інтелектуальної власності.

4) Важливим заходом у цьому напрямі вбачається підвищення рівня інформаційної освіченості винахідників з методиками оцінки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності, обізнаності їх з діяльністю інститутів патентних повірених та відповідних державних установ.

5) З огляду на важливість ролі держави у створенні сприятливих умов для розвитку високотехнологічної сфери в Україні видається доцільним надання підтримки винахідникам на усіх етапах патентування.

6) Крім того, на державному рівні доцільно здійснювати контроль за виділенням квот з Державного бюджету, передбачених Законом України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» для забезпечення фінансування закордонного патентування винаходів.

Висновки. Наукова новизна проведеного дослідження полягає у систематизації факторів що заважають розширеній участі України у патентно–ліцензійній торгівлі. До таких факторів слід віднести: необґрунтованість державної політики у даній сфері, недостатній рівень міжнародного науково–технічного співробітництва країни, відсутність мотивації винахідництва, що загалом не дає можливості заявити про свої досягнення на міжнародному технологічному ринку.

Не створивши сприятливих умов для розвитку високотехнологічного виробництва, не визначивши його як пріоритетний напрям розвитку економіки, Україна втрачатиме не лише доходи, а й основний рушій інноваційного розвитку країни. Крім того, країна буде позбавлена права, будь–яким, чином впливати на політику, що реалізується на міжнародному ринку продукції високих технологій, а цим правом успішно користуються такі країни, як США, Великобританія, Німеччина, Франція та Японія.

Отже, розвиток міжнародної ліцензійної торгівлі є каталізатором науково-технічної й інноваційної діяльності. Купівля-продаж ліцензій створює бажання і можливості для впровадження науково-технічних розробок у виробництво що, у свою чергу, закладає базу для їхнього швидкого відмирання, інтенсифікації інноваційного процесу в умовах глобалізації.

Література:

1. World Investment Report 2012: Investing in a Low-Carbon Economy // 20th Anniversary Edition. Printed in Switzerland. – 184 с.
2. Science & Technology. World Bank. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://data.worldbank.org/topic/science-and-technology>
3. International trade in services [Електронний ресурс] // UNCTADstat Table of International trade - 2013. Режим доступу: <http://stats.unctad.org/>
4. World Intellectual Property Organization [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.wipo.int/portal/en/index.html>
5. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Омеляненко В.А. Міжнародний трансфер технологій в контексті побудови високотехнологічної економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fei.idgu.edu.ua/conference/dokl/d111.pdf>.

Серебренніков Б. С.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

ФАКТОРИ ТА СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНИХ ТОВАРІВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

ФАКТОРЫ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ РЫНКАХ

FACTORS AND COMPONENTS OF ENERGY GOODS COMPETITIVENESS IN FOREIGN POWER MARKETS

У статті з урахуванням пріоритетів середньо- та довгострокової енергетичної політики ЄС визначено ключові сучасні складові конкурентоспроможності електроенергії на європейських енергетичних ринках, серед яких: цінова; технічна; екологічна; інституційна. Зроблено висновок про доцільність їх урахування при формуванні напрямів удосконалення державної секторальної та корпоративної зовнішньоторговельних політик. Ідентифіковано комплекс внутрішніх та зовнішніх факторів конкурентоспроможності електроенергії, виробленої в Україні, на європейських ринках для моніторингу, аналізу й прогнозування їхньої динаміки, комплексного обґрунтування рішень, спрямованих на розвиток та реалізацію експортного потенціалу електроенергетики України. Обґрунтовано основні фактори перспективної динаміки внутрішніх цін на електроенергію. Оцінено цінову конкурентоспроможність електроенергії, виробленої в Україні, на європейських ринках та виявлено існування запасу цінових конкурентних переваг в діапазоні 20-30%. Зроблено висновок про можливість його зростання в середньостроковій перспективі, особливо враховуючи девальвацію національної валюти.

Ключові слова: фактори конкурентоспроможності, експортний потенціал, електроенергетичні ринки, електроенергія, ціна.

В статье с учетом приоритетов средне- и долгосрочной энергетической политики ЕС, определены ключевые современные составляющие конкурентоспособности электроэнергии на европейских энергетических рынках, среди которых: ценовая; техническая; экологическая; институциональная. Сделано вывод о целесообразности их учета при формировании направлений совершенствования государственной секторальной и корпоративной внешнеторговых политик. Идентифицировано комплекс внутренних и внешних факторов конкурентоспособности электроэнергии, производимой в Украине, на европейских рынках для мониторинга, анализа и прогнозирования их динамики, комплексного обоснования решений, направленных на развитие и реализацию экспортного потенциала электроэнергетики Украины. Обоснованы основные факторы перспективной динамики внутренних цен на электроэнергию. Оценено ценовую конкурентоспособность электроэнергии, производимой в Украине, на европейских рынках и выявлено наличие запаса ценовых конкурентных преимуществ в диапазоне 20-30%. Сделано вывод про возможность его увеличения в среднесрочной перспективе, особенно учитывая девальвацию национальной валюты.

Ключевые слова: факторы конкурентоспособности, экспортный потенциал, электроэнергетические рынки, электроэнергия, цена.

Taking into account the priorities of the medium- and long-term energy policy of the EU, the paper defines key modern components of electric power competitiveness in the European power markets, including: price; technical; environmental; institutional, that allows to develop ways of improving the state sector and corporate energy foreign trade policy. A complex of internal and external factors of Ukrainian electric power competitiveness in the European power markets was identified for monitoring, analysis and forecasting of its dynamics and integrated decision making support aimed at development and efficient realization of Ukrainian power sector export potential. The main factors promoting dynamics for electricity prices in Ukraine are substantiated. The evaluation and retrospective analysis of price competitiveness of Ukrainian electric power in the European power markets, revealed a reserve of price competitive advantages in the amount of about 20-30%, which may increase in the medium term, especially taking into consideration the exchange devaluation in Ukraine.

Key words: competitiveness factors, export potential, power markets, electric power, price.

Вступ. В програмі першочергових заходів інтеграції Об'єднаної електроенергетичної системи (ОЕС) України в європейську [1] зазначається, що перспектива розвитку експорту електроенергії (ЕЕ) в західноєвропейському напрямку пов'язана з необхідністю розробки і проведення нової політики, яка повинна будуватися не на планах покриття очікуваного дефіциту ЕЕ в ЄС, а на роботі в умовах жорсткої конкуренції, повноправної участі в європейському електроенергетичному ринку (ЕЕР). Су-марний експорт ЕЕ в країни ЄС та СНД в 2012 р. склав 624, в 2013 р. – 580 млн дол. США або близько 1% від загального експорту товарів з України. Подальша реалізація експортного потенціалу (ЕП) ОЕС України визначатиметься динамікою міжнародної конкурентоспроможності електроенергетичних товарів під впливом комплексу факторів внутрішнього та зовнішнього походження.

Питання конкурентоспроможності товарів, в т.ч. міжнародної, розглядалися у численних працях вітчизняних та зарубіжних фахівців з маркетингу, міжнародної економіки та торгівлі, стратегічного управління. Серед них варто відзначити роботи Азоєва Г.Л., Баумгартена Л.В., Герасимчука В.Г., Зав'ялова П.С., Котлера Ф., Ліфшиця І.М., Портера М., Фатхутдинова Р.А., Юданова А.Ю. та багатьох інших. Дослідження науковців носять як загальнотеоретичний, так і прикладний галузевий характер. Разом з тим недостатньо уваги присвячено електроенергетичним товарам, зокрема ЕЕ, які є специфічними з точки зору можливості диференціації споживчих характеристик; характеру процесів виробництва, транспортування та споживання; факторів конкурентоспроможності та споживчого вибору. Відтак, з метою формування обґрунтованої державної секторальної та корпоративної зовнішньоторговельних політик, важливо визначити сучасні складові конкурентоспроможності електроенергетичних товарів на міжнародних ЕЕР та комплекс обумовлюючих її факторів.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сучасних факторів і складових конкурентоспроможності електроенергетичних товарів на європейських ринках, оцінка цінової конкурентоспроможності ЕЕ, виробленої в Україні.

Методологія. Теоретико-методологічною основою наукового дослідження є принципи комплексного підходу, фундаментальні положення таких наукових дисциплін, як міжнародна торгівля, маркетинг, принципи концепції сталого розвитку суспільства. В дослідженні використовувались методи прикладного статистичного та економічного аналізу, статистичні дані Євростату, Державної служби статистики, Міністерства енергетики та вугільної промисловості, Національного банку України.

Результати дослідження. Під фактором конкурентоспроможності товару будемо розуміти умову чи рушійну силу, що визначає склад, величини і значимість кількісних та якісних параметрів його конкурентоспроможності. Електроенергетичні товари включають: 1) ЕЕ; 2) генеруючу та транспортну електричну потужність; 3) транзит ЕЕ; 4) інші системні послуги.

На товарних ринках при здійсненні вибору кінцевий споживач, як правило, приймає рішення на основі порівняльного аналізу альтернатив з урахуванням набору обмежень. Рішення про купівлю товару, за інших рівних обставин, базується на оцінці важливих для нього характеристик (параметрів). ЕЕ є специфічним товаром в силу технологічних особливостей виробництва, транспортування та споживання, жорсткої стандартизованості якості та недоцільності диференціації її технічних товарних властивостей.

Базуючись на аналізі пріоритетів енергетичної політики ЄС [2-4], ключовими сучасними складовими конкурентоспроможності ЕЕ на європейських ЕЕР будемо вважати: 1) цінову; 2) технічну; 3) екологічну; 4) інституційну. Виходячи з цього, головними внутрішніми факторами конкурентоспроможності ЕЕ, виробленої в Україні, та успішності експортної політики на ЕЕР ЄС, на наш погляд, є такі:

- базова експортна ціна ЕЕ в національній валюті та можливості її диференціації («цінове меню»);
- курс національної валюти по відношенню до валют, в яких здійснюються розрахунки з імпортерами;
- гарантії підтримання якості ЕЕ, визначеної стандартами ENTSO-E;
- гарантії надійності електропостачання (наявність резервних генеруючих потужностей);
- технічні умови енергозабезпечення кінцевих споживачів (гнучкий графік постачання ЕЕ за рахунок маневреності генеруючих потужностей);
- екологічність (викиди CO₂, SO₂, NO_x та золи при виробництві ЕЕ; вид використаного первинного енергоресурсу).

Основними зовнішніми факторами, що впливатимуть на конкурентоспроможність ЕЕ та можливості реалізації ЕП є:

- оптові, зокрема біржові, та роздрібні ціни ЕЕ на зовнішніх ЕЕР;
- ціни на енергоресурси-замінники ЕЕ (природний газ тощо) та еластичність переключення споживачів;
- умови доступу та форми участі енергокомпаній України на зовнішніх ЕЕР;
- умови доступу енергокомпаній України до електромереж країн і тарифи на передачу ЕЕ;
- енергетична політика ЄС (роль атомної енергетики; екологізація; розвиток відновлюваної енергетики), яка впливає на перспективні електробаланси країн, маневреність потужностей, ціни ЕЕ.

Конкурентоспроможність ЕЕ, виробленої в Україні, на зовнішніх ЕЕР протягом останніх 8-10 років обумовлюється відносно низькою ціною. Її рівень визначається істотною часткою ЕЕ, виробленої на АЕС (44-48%), ТЕС на вугіллі (близько 40%), вартість якого значно нижча вартості газу; відносно дешевою робочою силою; низьким рівнем екологічності об'єктів теплової генерації; низьким рівнем амортизаційних відрахувань, що пов'язано зі значним зменшенням вартості основних виробничих засобів. З урахуванням розвитку європейської енергетичної інтеграції України, зокрема членства в Енергетичному співтоваристві, планів інтеграції ОЕС України та енергосистем країн-членів ENTSO-E, в подальшому можна очікувати, що окрім перших двох, інші внутрішні фактори конкурентних переваг будуть поступово нівелюватись і обумовлювати зростання цін ЕЕ.

Згідно із Законом України «Про електроенергетику», енергокомпанії для здійснення експорту мають купувати ЕЕ на оптовому ринку ЕЕ (ОРЕ) України за поточною оптовою ринковою ціною. Тенденції зміни середніх експортних цін за країнами-імпортерами наведені в таблиці.

Таблиця

**Динаміка середніх експортних цін на ЕЕ з ОЕС України,
дол. США за 1 кВт-год.**

Країна	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Польща	0,025	0,028	0,050	0,053	-	0,067	0,044	0,046
Румунія	0,031	0,060	0,062	0,058	0,063	0,08	0,061	0,056
Словаччина	0,034	0,048	0,080	0,060	0,059	0,072	0,056	0,067
Угорщина	0,035	0,054	0,072	0,057	0,061	0,079	0,058	0,055
Середньозважена ціна по країнам ЄС	0,033	0,050	0,071	0,058	0,061	0,078	0,055	0,054
Білорусь	0,019	0,025	-	0,040	0,045	0,059	0,052	0,062
Молдова	0,024	0,029	0,041	0,049	0,080	0,061	0,056	0,069
РФ	0,016	0,035	-	-	0,031	0,029	0,024	0,078
Середньозважена ціна по країнам СНД	0,021	0,030	0,041	0,042	0,044	0,059	0,052	0,064
Середньозважена експортна ціна по країнам ЄС та СНД	0,027	0,040	0,060	0,053	0,049	0,068	0,054	0,058
Співвідношення експортних цін по країнам ЄС та СНД	1,57	1,67	1,73	1,38	1,39	1,32	1,06	0,84

Джерело: власні розрахунки на основі даних Держстату України.

Примітка: середні ціни розраховані за даними про вартість ЕЕ в цінах DAF на основі вантажних митних декларацій, скоригованими за оперативними даними Міненерговугілля України.

Стале зростання середньозваженої експортної ціни по країнам ЄС протягом 2006 – 2008 рр. пояснюється збільшенням внутрішньої оптової ринкової ціни та сприятливою кон'юктурою на зовнішніх ЕЕР. Зростання середньої експортної ціни в національній валюті продовжувалось і в наступні два роки, проте різка девальвація гривні в 2009 р., майже в 1,5 рази, спричинила зниження рівня ціни в дол. США в 2009 р. відносно 2008 р. на 18,3%. Крім того, наслідком світової економічної кризи стало скорочення потреб в ЕЕ на ринках ЄС та викликане цим істотне зниження цін в 2009 – 2010 рр. За відносно стабільного обмінного курсу гривні (близько 7,97 грн за 1 дол. США) протягом 2009 – 2011 рр. середня експортна ціна по країнам ЄС зростала із середньорічним темпом 14,5%. Проте протягом 2012 – 2013 рр. відбулось різке падіння кон'юнктурного характеру.

Відзначимо значну різницю в цінах ЕЕ, яка постачалася в країни ЄС та СНД. Не зважаючи на те, що середня експортна ціна для країн СНД з 2006 р. по 2011 р. зростала із середньорічним темпом 22,1%, протягом 2006 – 2008 рр. співвідношення експортних цін для країн ЄС та СНД коливалось в діапазоні 1,6-1,7. Це свідчить про вищу прибутковість експорту в країни ЄС, оскільки витрати на виробництво та експорт є практично еквівалентними. За період 2009 – 2011 рр. цінова диспропорція скоротилася до 1,3-1,4, а в 2012 р. – нівелювалася. Така динаміка свідчить про високу залежність цін ЕЕ від стану поточної кон'юнктури зовнішніх ЕЕР, зокрема співвідношення попиту та пропозиції в біржовому секторі торгівлі.

Важливо дослідити тенденції середніх експортних цін в порівнянні із змінами внутрішньої середньої оптової ціни ЕЕ для експорту (рис. 1). Зазначимо, що експорт ЕЕ в Білорусь з 2009 р., Молдову з 2010 р., Угорщину, Польщу, Словаччину, Румунію з 2012 р. здійснюється з урахуванням урядових розпоряджень, згідно з якими в експортних цінах не враховуються дотації, пов'язані з перехресним субсидюванням, що дозволяє знижувати експортні ціни на величину близько 25 %. Середня експортна ціна ЕЕ для країн ЄС протягом 2006 – 2011 рр. перевищує внутрішню ціну. Натомість ціна для країн СНД є нижчою за внутрішню, причому в 2010 р. та 2011 р. відхилення між ними мінімізувались. Існування цих диспропорцій свідчить про резерви підвищення економічної ефективності експорту шляхом впровадження ринкових принципів ціноутворення на ЕЕР України.

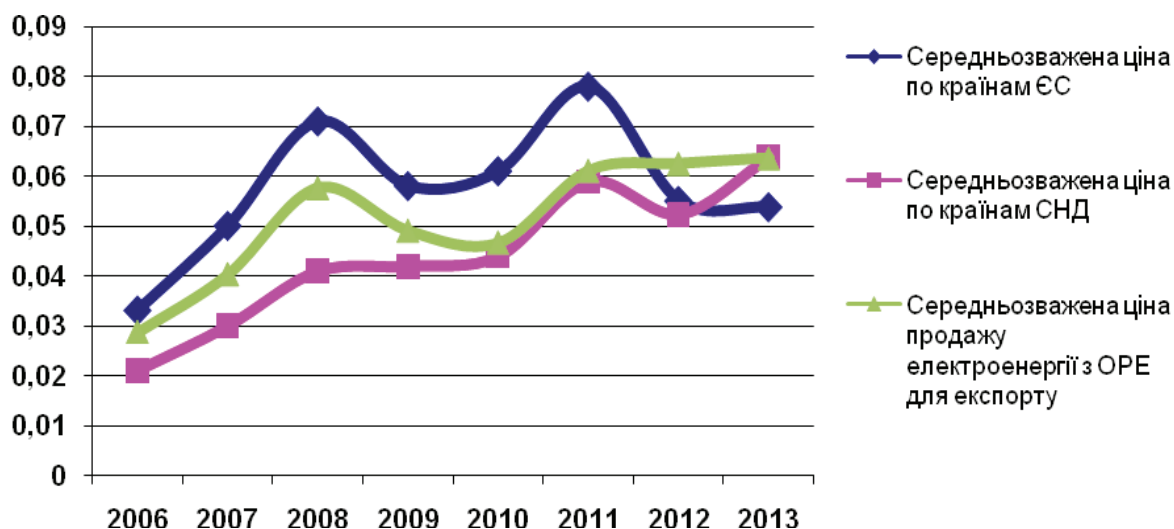


Рис. 1. Динаміка середніх експортних цін та оптової ціни на ЕЕР України, дол. США за 1 кВт-год

Джерело: побудовано за даними ДП "Енергоринок"

Одним з головних очікуваних ефектів функціонування нової моделі ЕЕР вважається зниження цін ЕЕ, що має бути спричинене посиленням конкуренції між генеруючими, постачальними компаніями та скороченням посередницького ланцюжка. Разом з тим заслуговує на увагу досвід РФ, де за схожих умов відбувається лібералізація ЕЕР і дещо випереджає відповідні процеси в Україні. Внаслідок запровадження механізму двосторонніх договорів, частка яких станом на березень 2011 р. охоплює 35% ЕЕР, спостерігається зворотний ефект зростання цін ЕЕ для промислових споживачів [5]. Серед основних чинників, що обумовлюють цей процес, виділяються такі: значні інвестиційні потреби для модернізації та створення нових енергетичних потужностей (близько 360 млрд дол. США до 2025 р.), які закладаються в ціну ЕЕ; зростання цін на природній газ; загальні інфляційні процеси.

При цьому ціни та темпи їх зростання є нерівномірними за регіонами та групами споживачів [6, с. 32]. На наш погляд, крім вищеназваних, важливою причиною, що провокує зростання цін ЕЕ в РФ, і імовірно призводитиме до подібних наслідків в Україні, є невідповідність між інституційними передумовами розвитку конкуренції, вільного вибору постачальника кінцевими споживачами, з одного боку, та реальною конкурентною структурою ЕЕР – з іншого. Подібна цінова динаміка спостерігається і в Польщі, де протягом кризового 2009 р. ціни ЕЕ для кінцевих споживачів виросли на 32% (на 24% для населення та 39% для невеликих промислових споживачів) [7, с. 9].

Зазначимо, що особливості приватизації в РФ та Україні полягають в тому, що цей процес відбувається в період, коли рівень фізичного зносу основних виробничих засобів електроенергетики досяг критичних значень. Масштабна їх модернізація з метою підвищення надійності, економічності, екологічності потребує істотних капітальних інвестицій вже у середньостроковому періоді. Таким чином, за умови продовження лібералізаційних процесів на ЕЕР залучення інвестицій вимагатиме передбачення ринкових механізмів їх окупності шляхом урахування в ціні ЕЕ, що спричинятиме її зростання залежно від параметрів ефективності інвестицій, вартості інвестиційних ресурсів. За оцінками 2012 р. обсяг необхідних інвестицій в електроенергетику України до 2020 р. становить 382 млрд грн [8, с. 136].

В проекті Концепції діяльності НАЕК «Енергоатом» в період переходу та функціонування повномасштабного ринку двосторонніх договорів та балансуєчого ринку ЕЕ України, зазначається, що ціна ЕЕ АЕС в 3-3,5 рази менша за оптову ринкову ціну та ціну ЕЕ ТЕС. У країнах з розвинутою економікою різниця цін ЕЕ ТЕС і АЕС складає близько 30%, в РФ – 31%. Крім того, ціна на ЕЕ АЕС в Україні в 1,6 рази менша, ніж в РФ, хоча витрати на паливо для АЕС РФ приблизно у 2 рази нижчі. За рахунок штучного стримування зростання ціни ЕЕ АЕС у рамках державного регулювання, стримується зростання оптової ринкової ціни і ціни для кінцевих споживачів, що відбувається переважно за рахунок скорочення інвестиційних програм НАЕК «Енергоатом» [9]. Відповідно економічні інтереси НАЕК «Енергоатом» та ринкові можливості сприятимуть зростанню ціни ЕЕ АЕС та підвищенню середнього рівня її ціни на ЕЕР України.

Інтенсифікація використання ВДЕ в Україні також спричинятиме зростання середньої ціни ЕЕ, хоча й частка ВДЕ в електробалансі нині є відносно незначною (близько 0,6%). Окрім того, одним з основних факторів перманентного характеру є зростання цін на первинні енергоресурси (вугілля, природний газ, уран). Вищенаведені чинники спричинятимуть зростання внутрішніх цін ЕЕ. Разом з тим з точки зору реалізації ЕП важливими є не абсолютні значення, а співвідношення цін на внутрішньому та зовнішніх ЕЕР.

Основними факторами динаміки цін ЕЕ в країнах ЄС є такі: підвищення цін на первинні енергоресурси; поступове скорочення виробництва ЕЕ АЕС; інтенсифікація використання ВДЕ; масштабні інвестиції в розвиток внутрішніх та міждержавних електромереж. Відповідний план розвитку мереж ENTSO-E на 2010-2019 рр. містить 471 проект національного та міжнародного характеру [10, с. 5]. За орієнтовними оцінками інвестиції для його реалізації на перші п'ять років складуть 23-28 млрд євро. Цільовими характеристиками проектів є: приєднання до мереж електростанцій на ВДЕ; підвищення надійності постачання ЕЕ; диверсифікація електропостачання; скорочення технологічних витрат на передачу ЕЕ; підвищення пропускнуєї спроможності міждержавних ЛЕП.

Середні ціни ЕЕ в країнах Європи для кінцевих споживачів (промислових підприємств зрічним споживанням 2-20 тис. МВт-год. та населення – 2-5 тис. кВт-год.) в 2012 р. наведені на рис. 2.

Для коректності порівняння ціни на рис. 2 наведені без урахування податків, величини яких істотно різняться за країнами. В цілому рівень цін на ЕЕР країн ЄС є вищим ніж в Україні. Значна варіація цін спостерігається і між країнами ЄС: ціни в електропрофіцитних країнах, як правило, нижчі ніж в електродефіцитних. Серед торговельних партнерів України в електропрофіцитних Польщі й Румунії ціни ЕЕ нижчі порівняно з електродефіцитними Словаччиною і Угорщиною. При порівнянні даних табл. 1 та рис. 2 видно, що ціни для промспоживачів в останніх двох країнах перевищують відповідні експортні ціни ЕЕ з України в 2,9 та 2,2 рази.

При цьому необхідно зазначити, що на європейських ринках спостерігаються сталі процеси розвитку біржової торгівлі ЕЕ. Тому все важливішим індикатором у зовнішній торгівлі стають оптові регіональні біржові ціни ЕЕ базового та пікового періодів споживання. Найбільшими енергетичними біржами Європи є ErexSpot (Франція, Німеччина, Австрія, Швейцарія), NordPoolSpot (Норвегія, Швеція, Фінляндія, Данія, Естонія, Латвія, Литва). Також функціонують регіональні біржі, напр., PXE (Чехія, Угорщина, Словаччина) та національні. Аналіз показує високу подібність динаміки експортних цін на ЕЕ з України та європейських біржових цін, що свідчить про орієнтацію експортної політики енергокомпаній України на цінові тенденції європейських енергетичних бірж. В цілому порівняння

відповідних рівнів цін показує наявність запасу цінових конкурентних переваг енергокомпаній України в розмірі близько 20-30%, який може зберегтись і навіть зростати в середньостроковому періоді, особливо враховуючи девальвацію національної валюти.

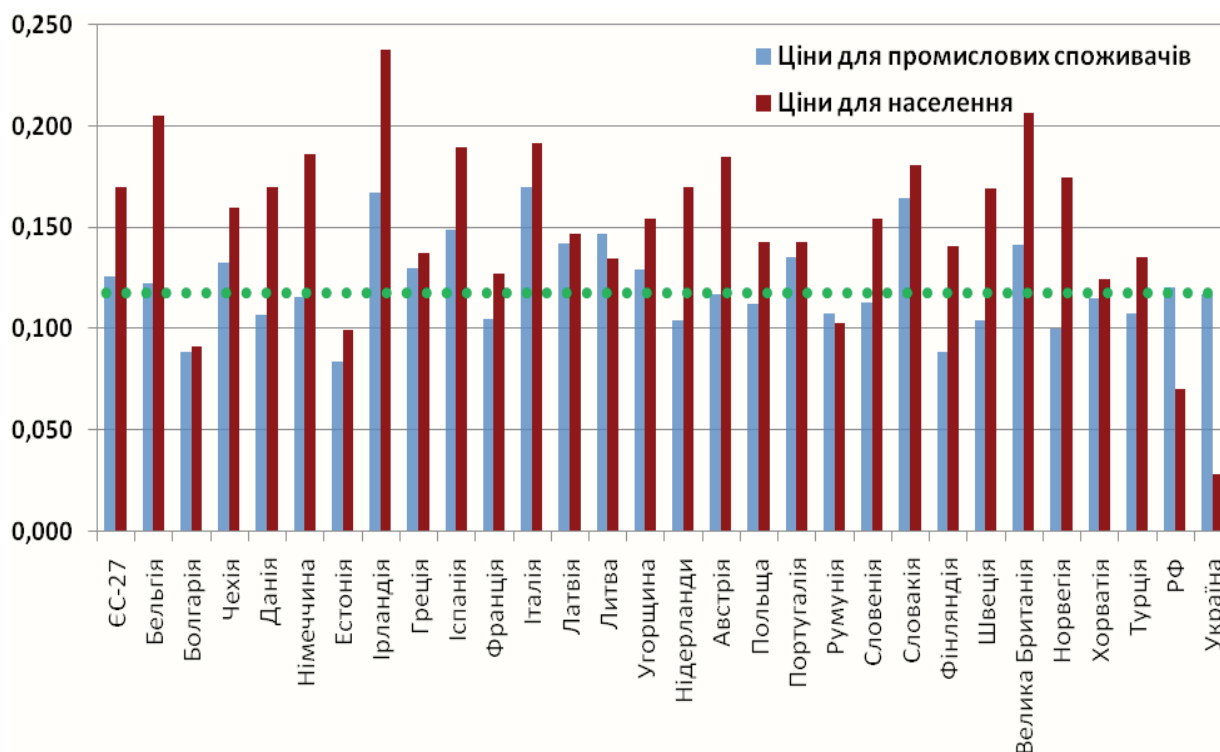


Рис. 2. Варіація цін ЕЕ для промислових споживачів та населення в 2012 р., дол. США за 1 кВт-год

Джерело: побудовано за даними Євростату та НКРЕ

Висновки. Наукова новизна роботи полягає у подальшому розвитку науково-методичних та практичних підходів до оцінки й забезпечення міжнародної конкурентоспроможності ЕЕ. З урахуванням пріоритетів середньо- та довгострокової енергетичної політики ЄС, визначено ключові сучасні складові конкурентоспроможності ЕЕ на європейських ЕЕР, серед яких: цінова; технічна; екологічна; інституційна. Це дозволяє ідентифікувати напрями удосконалення державної секторальної та корпоративної зовнішньоторговельних політик з метою підвищення ефективності експортної діяльності енергокомпаній України.

Виходячи із запропонованих складових міжнародної конкурентоспроможності ЕЕ, визначено комплекс внутрішніх та зовнішніх чинників конкурентоспроможності ЕЕ, виробленої в Україні, для здійснення моніторингу, аналізу та прогнозування їхньої динаміки, що сприятиме комплексному обґрунтуванню рішень, спрямованих на розвиток та реалізацію ЕП електроенергетики України.

Обґрунтовано основні фактори перспективної динаміки цін на ЕЕ в Україні, які доцільно враховувати при прогнозуванні цін та цінової конкурентоспроможності ЕЕ на європейських ЕЕР. Оцінка та ретроспективний аналіз міжнародної цінової конкурентоспроможності ЕЕ, виробленої в Україні, дозволили виявити запас конкурентних переваг на європейських ЕЕР в діапазоні 20-30%. Він імовірно буде зберегтись і навіть зростати в середньостроковому періоді, особливо враховуючи фактор девальвації національної валюти.

Перспективами подальших досліджень є оцінка впливу виконання екологічних вимог ЄС до роботи об'єктів теплової генерації, інноваційно-інвестиційних проектів модернізації електростанцій, передбаченої національною енергетичною стратегією та міжнародними зобов'язаннями України, на перспективну динаміку цін та міжнародну конкурентоспроможність ЕЕ, виробленої в Україні.

Література:

1. Першочергові заходи інтеграції об'єднаних енергетичних систем України до об'єднаних енергетичних систем ЄС [Електронний ресурс] // Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/doccatalog/document?id=153636>.
2. Energy 2020: A strategy for competitive, sustainable and secure energy [Електронний ресурс] // Сайт ЄС – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52010DC0639:EN:NOT>.
3. Energy Roadmap 2050 [Електронний ресурс] // Сайт ЄС – Режим доступу: http://ec.europa.eu/energy/publications/doc/2012_energy_roadmap_2050_en.pdf.
4. Sustainable, secure and affordable energy for Europeans [Електронний ресурс] // Сайт ЄС – Режим доступу: <http://europa.eu/pol/ener/flipbook/en/files/energy.pdf>.
5. Алексеева О. Государство не пускает энергию на рынок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gazeta.ru/finacial/2011/03/17/3557685.shtml>.
6. Кудияров С. Всегда есть другой путь // Эксперт. - №27. – 2011. – С. 32-34.
7. National Report of the Energy Regulatory Office in Poland to the European Commission in 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.energy-regulators.eu/portal/page/portal/EER_HOME/EER_PUBLICATIONS/NATIONAL_REPORTS/National%20Reporting%202010/NR_En/E10_NR_Poland-EN.pdf.
8. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. [Електронний ресурс] // Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>.
9. Концепція діяльності ДП НАЕК “Енергоатом” в період переходу та функціонування повномасштабного ринку двосторонніх договорів та балансуєчого ринку електричної енергії України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.energoatom.kiev.ua/ua/arch?_m=pubs&_t=rec&id=29184.
10. Ten-Year Network Development Plan, 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.entsoe.eu/system-development/tyndp/tyndp-2010/>.

УДК303.446.33:004(47+57)

Смірних Д. В.**Войтко С. В.***доктор економ. наук, професор**Національний технічний університет України «КПІ»*

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У КРАЇНАХ СНД

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СТРАНАХ СНГ

COMPARATIVE ANALYSIS OF INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGIES IN CIS REGION

Визначено актуальність проведення порівняльного аналізу розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у країнах СНД. Опрацьовано роботи визначних українських і зарубіжних вчених засуміжними дослідженнями, а також звіти Міжнародного телекомунікаційного об'єднання з 2008 по 2014 роки. Обрано методологічну основу для проведення дослідження. Приведено структуру індексу розвитку ІКТ. Розглянуто та проаналізовано світовий рейтинг за індексом розвитку ІКТ. Наведено рейтинг країн СНД за станом галузі за даними 2013 року. Визначено динаміку розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у кожній з аналізованих країн щодо зміни положення у

світовому рейтингу та щодо зростання показників розвитку ІКТ за рік та за період з 2008 по 2013 рік. Проаналізовано окремі показники, що характеризують розвиток телекомунікаційних мереж окремих країн. Визначено позиції країн СНД відносно середніх значень показників індексу розвитку ІКТ розвинутих країн, світу взагалі, країн, що розвиваються та регіону СНД. Визначено країну-лідера регіону в галузі інформаційно-комунікаційних технологій та країни, що найшвидше розвиваються у цій сфері.

Ключові слова: ІКТ, інформаційно-комунікаційні технології, СНД, Україна, індекс розвитку ІКТ.

Определена актуальность проведения сравнительного анализа развития информационно-коммуникационных технологий в странах СНГ. Обработаны работы значительных украинских и зарубежных ученых по сходным исследованиям, а также отчеты Международного телекоммуникационного объединения с 2008 по 2014 годы. Выбрана методологическая основа для проведения исследования. Приведена структура индекса развития ИКТ. Рассмотрен и проанализирован мировой рейтинг по индексу развития ИКТ. Согласно с последними данными за 2013 год, приведен рейтинг стран СНГ по состоянию сферы и определена динамика развития ИТК в анализируемых странах за год и за период с 2008 по 2013 год. Проанализированы отдельные показатели, которые характеризуют развитие телекоммуникационных систем в выбранных странах. Определены позиции каждой страны СНГ относительно усредненных показателей индекса развития ИКТ развитых стран, мира в целом, стран, которые развиваются и региона СНГ. Определена страна-лидер региона в сфере информационно-коммуникационных технологий и страны, которые быстрее всех развиваются в этой сфере.

Ключевые слова: ИКТ, информационно-коммуникационные технологии, СНГ, Украина, индекс развития ИКТ.

Actuality of comparative analysis formation and communications technologies development in CIS countries was determine din the article. The papers of distinguished Ukrainian and foreign scientists as well as reports of the International Telecommunication Union from 2008 to 2014 were processed. The methodology for the study was selected. The structure of ICT development index was shown. The global ranking according to ICT development tindex was reviewed and analyzed. According to the latest available data of 2013, the rating of CIS countries was shown and the dynamics of the development of ICT in the analyzed countries for year and for the period from 2008 to 2013 was determined. A few indicators that characterize the development of telecommunication systems in selected countries were analyzed. The position of the each country of CIS region was determined relative to the average IDI of the developed countries, world in general, developing countries and CIS region. The leading and fast developing countries in ICT in CIS region were determined.

Keywords: ICT, information and communications technologies, CIS, Ukraine, ICT Development Index.

Вступ. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) є потужним інструментом впливу на розвиток держави та суспільства вцілому. У сучасному світі, в умовах переходу від ресурсної економіки до інформаційної, конкурентоспроможність національної напряму пов'язана з розвитком ІКТ. Зважаючи на це, потрібно мати чітке розуміння сучасних позицій держави відносно розвитку ІКТ у світі та у регіоні для визначення напрямів докладання подальших зусиль для досягнення регіонального та світового лідерства. Для України є актуальним досягнення лідируючих позицій серед країн СНД, тому для дослідження було обрано саме ці країни.

Розглядом питань з приводу підвищення рівнів показників розвитку інформаційно-комунікаційних технологій займаються такі зарубіжні експерти як Патрісія Паскаль, Роберт Дж. Барро, М. Торсен, Хавієр Сала-і-Мартіна, Т. Дж. Рекнем та багато інших. Такі вітчизняні фахівці, як А. І. Семенченко, І. Б. Жилієв, А. І. Полумієнко, О. Н. Романова, В. Г. Герасимчук та інші досліджували ринки наукомістких товарів та ІКТ взагалі та, зокрема, в Україні. Порівняння розвитку інформаційних технологій у країнах СНД розкривається недостатньо у наукових джерелах, що зумовлює необхідність такого дослідження.

Постановка завдання. Метою даною статті є здійснення компаративного аналізу розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у країнах СНД у динаміці з 2008 по 2013 роки та визначення місця України та регіону у світовому рейтингу цих технологій.

Методологія. Методологічну основу дослідження складають системний та комплексний підходи стосовно здійснення аналізу динаміки показників, які стосуються розвитку галузі, що швид-

ко розвивається, а також використано компаративний аналіз для здійснення порівняння показників по країнах СНД.

Результати дослідження. Для проведення компаративного аналізу розвитку ІКТ між країнами СНД взято за основу індекс розвитку ІКТ – (ICT Development Index, IDI). Індекс розвитку ІКТ – це інтегральний індекс, що поєднує 11 показників в єдиний еталон виміру, який служить для контролю та порівняння розвитку інформаційних і комунікаційних технології (ІКТ) серед країн. Показник був розроблений Міжнародним телекомунікаційним об'єднанням у 2008 році.

Основними величинами, що вимірює цей індекс, є такі: рівень і еволюцію в часі досягнень у галузі ІКТу країнах і окремої країни порівняно з іншими країнами; прогрес у розвитку ІКТ як в розвинених, так і в країнах, що розвиваються: індекс є глобальним і відображає зміни, що відбуваються у країнах, які знаходяться на різних рівнях розвитку ІКТ; “цифровий розрив”, тобто відмінності між країнами з різними рівнями розвитку ІКТ; розвиток потенціалу ІКТ і наскільки, які країни можуть використовувати ІКТ для зростання і розвитку, виходячи з наявних можливостей та навичок [1].

Згідно з останнім звітом МТО, що вийшов у 2014 році та презентує дані за 2013 рік, Білорусь знаходиться на першому місці у регіоні країн СНД (Commonwealth of Independent States, CIS), з індексом розвитку ІКТ 6,89 з можливих 10,0. На другому місці Російська Федерація з індексом розвитку ІКТ 6,70. Усі попередні роки Білорусь скорочувала відстань від Російської Федерації у світовому рейтингу. Так, у 2012 році РФ посіла 40 місце, у Білорусі – 41. Різниця у значенні індексу становила 0,08. А вже у 2013 році – Білорусь випередила РФ на 4 сходинки у світовому рейтингу та на 0,19 пунктів значення індексу розвитку ІКТ.

Усі країни регіону мають значення індексу нижче за середнє значення розвинутих країн, що становить 7,20. А Киргизія та Узбекистан мають індекс розвитку ІКТ нижче середнього у світі (4,77) та серед країн, що розвиваються (3,84) (див. рисунок).

Регіон СНД показує найбільше значне зростання індексу ІКТ у період з 2012 по 2013 рр. Дві країни – Білорусь та Грузія – виділилися з-поміж інших країн регіону найбільшим покращенням місць у глобальному рейтингу з 2012 по 2013 рік. Білорусь піднялась з 43 місця у 2012 році на 38 у 2013, обігнавши Російську Федерацію, що займала перше місце за цим показником у регіоні до того. Грузія піднялась на п'ять позицій у глобальному рейтингу на 78 місце у 2013 році. Узбекистан, що займає останнє місце у регіоні, та Азербайджан покращили свої позиції у світовому рейтингу за індексом розвитку ІКТ на одну сходинку з 2012 по 2013 рік.

Усі інші країни регіону знизилися у рейтингу на одну позицію, за винятком Казахстану, що зберіг позиції та України, що втратила одразу на дві позиції у рейтингу за рік (див. таблицю).

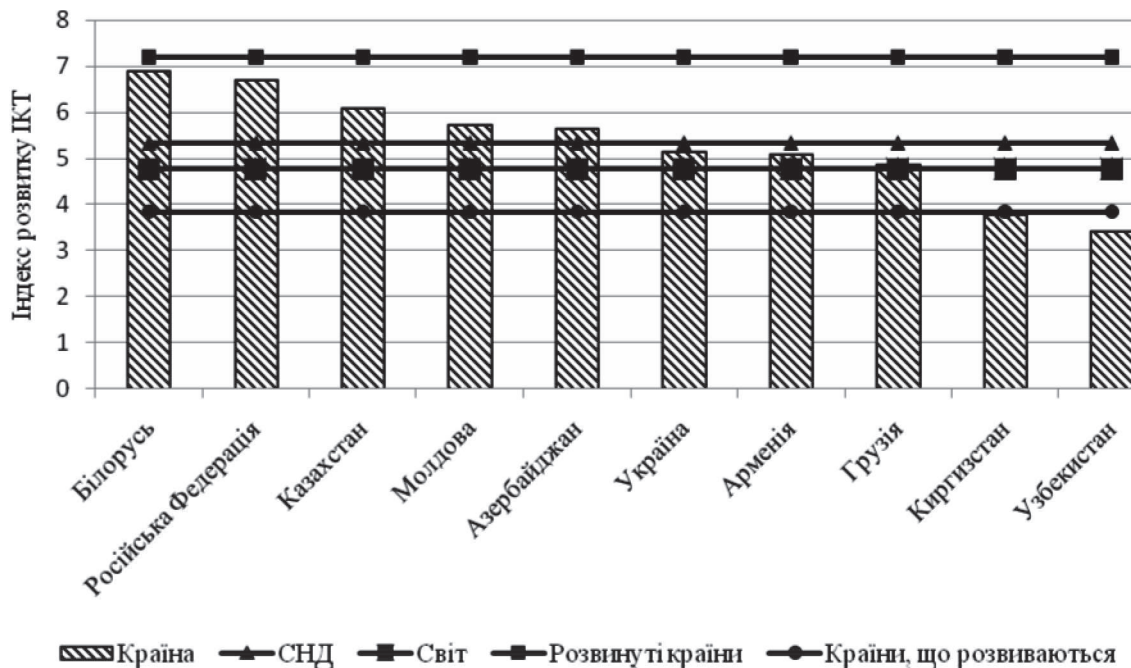


Рисунок. Значення індексу розвитку ІКТ порівняно з середнім значенням показника у світі, розвинутих країнах, країнах, що розвиваються та регіону СНД, 2013 рік (сформовано авторами на основі [1])

Щодо телекомунікаційної галузі, то до 2013 року країни СНД мали найвищий рівень проникнення мобільного/стільникового зв'язку з усіх регіонів (137 %). Ринки мобільного зв'язку у країні СНД переважно за передплатою, з типово високим ступенем користувачів з кількома SIM-картками. Більше того, ринки цих країн досить конкурентні з відносно великою кількістю мобільних операторів. У більшості країн СНД, щонайменше чотири мобільних оператори активні на ринку. Наприклад, Російська Федерація має один з найбільш несконцентрованих ринків мобільного зв'язку у світі з трьома національними операторами та декількома регіональними, що конкурують за 143 млн потенційних користувачів. Данні з досліджень домогосподарств, зібрані у кількох країні СНД, підкреслюють, що проникнення мобільного/стільникового зв'язку, яке обчислюється як кількість активних карток, не може надати інформації про кількість абонентів. Наприклад, проникнення мобільного/стільникового зв'язку більше за 100 % не означає, що кожен громадянин є користувачем. На прикладі України, проникнення мобільного/стільникового зв'язку у 2012 році було визначене на рівні 130 %, у той час, як 9 % домогосподарств не мали доступу до мобільного/стільникового зв'язку. У Грузії 18 % домогосподарств у 2012 році не мали доступу до мобільного/стільникового телефону, хоча проникнення зв'язку було на рівні 108 %.

Таблиця

Показники для порівняння сучасного стану та динаміки розвитку ІКТ у країнах СНД [сформовано на основі джерел 1; 5; 6; 7; 8; 9]

Країна	Місце у регіоні 2013	Місце у світі 2013	Індекс розвитку ІКТ 2013	Зміна положення у рейтингу 2012-2013	Зростання індексу розвитку ІКТ 2012 -2013, %	Зміна положення у рейтингу 2008-2013	Зростання індексу розвитку ІКТ 2008-2013, %
Білорусь	1	38	6,89	5	106,82	17	169,29
Російська Федерація	2	42	6,70	-1	103,40	6	147,58
Казахстан	3	53	6,08	0	104,83	16	175,22
Молдова	4	61	5,72	-1	105,15	12	169,73
Азербайджан	5	64	5,65	1	108,24	17	177,67
Україна	6	73	5,15	-2	103,62	-15	133,08
Вірменія	7	74	5,08	-1	103,89	14	172,79
Грузія	8	78	4,86	5	108,48	2	150,93
Киргизія	9	108	3,78	-1	102,44	-9	142,64
Узбекистан	10	115	3,40	1	103,98	-5	151,11
Середнє значення			5,33		105,08		159,00

Російська Федерація має найбільшу кількість домогосподарств з доступом до Інтернету та домогосподарств з комп'ютером у регіоні до 2013 року, 67 % та 70 % відповідно. У Азербайджані, Білорусі та Узбекистані, більше половини домогосподарств мають доступ до Інтернету вдома та комп'ютер. Киргизія та Узбекистан показують дуже низький рівень проникнення ІКТ серед домогосподарств, з менш ніж 10 % домогосподарств країни, що мають доступ до мережі Інтернет.

Сукупний міжнародний Інтернет-трафік на сьогоднішній день є найвищим у Російській Федерації. Однак, враховуючи її значну чисельність населення, з точки зору пропускної здатності на одного Інтернет-користувача, країна знаходиться нижче більшості інших країні СНД. Міжнародний інтернет-трафік на одного користувача є найвищим у Молдові (115845 біт/с на одного користувача), далі йде Білорусь (94797 біт/с на одного користувача) і Грузія (82094 біт/с на одного користувача).

Киргизія і Узбекистан мають дуже обмежену пропускну здатність, що ускладнює підключення до Інтернету, а отже і подальший розвиток сектора ІКТу цих країнах [2].

До кінця 2013 року, половина з країн СНД досягли проникнення бездротового широкосмугового Інтернету більш ніж на 45 %. Російська Федерація мала найвищу насиченість (60 %), на другому

місці Казахстан (56,5 %). Російська Федерація була однією з перших країн у регіоні, щовпровадила послуги 3G в 2007 [3]. Україна ж тільки починає налагоджувати надання 3G послуг у 2015 році. Послуги 4G LTE почали надаватися в Російській Федерації з 2012 року [4].

Найвище зростання проникнення безпроводного широкосмугового з 2012 по 2013 рік відбулося в Грузії – з 9 % у 2012 році до 17 % у 2013 році, що робить її одною з найбільш динамічних країн у регіоні.

Україна має найнижчий показник проникнення у регіоні безпроводного Інтернету, на рівні 7 % станом на кінець 2013 року. Повільне зростання темпів проникнення бездротового широкосмугового зв'язку в Україні пояснює, чому країна займає низькі позиції в міжнародному рейтингу.

Висновки. Підводячи підсумки, можна стверджувати, що лідером регіону СНД з 2013 року стала Білорусь, вперше випередивши постійного лідера у минулому – Російську Федерацію. Україна ж посідає 6-те місце з-поміж 10-ти країн у рейтингу регіону. Загальна тенденція, що показує весь регіон – це стабільне та досить швидке щорічне зростання індексу розвитку ІКТ (у середньому на 5 % на рік) та покращення позицій у світовому рейтингу (окрім Киргизії, Узбекистану та України, розглядаючи період часу з 2008 по 2013 рік).

Найбільш потужний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій відбувся у Білорусі, Казахстані та Азербайджані. Ці країни покращили свої позиції у світовому рейтингу на 16 – 17 сходинок та показали зростання індексу на рівні 170 – 177 % з 2008 по 2013 рік.

Найгірший показник зростання індексу розвитку ІКТ та найбільше зниження у світовому рейтингу у період з 2008 по 2013 роки має Україна (–15 позицій та 133 % зростання індексу за період 6 проаналізованих років). У першу чергу, гальмують розвиток галузі в Україні, як і в Киргизії та Узбекистані, проблеми з мережею Інтернет, а саме невисокий коефіцієнт проникнення безпроводного широкосмугового Інтернету чи недостатня пропускна здатність.

Наукова новизна дослідження полягає у розробці методичного підходу для визначення динаміки розвитку галузі ІКТ за певний період часу (у нашому випадку з 2008 по 2013 рік) та здійсненні компаративного аналізу не тільки з урахуванням сучасного стану галузі та беручи до уваги також зміну показників за останній рік та загалом за весь досліджуваний період (у нашому випадку 6 років). Це надало можливість більш глибоко дослідити розвиток ІКТ у країнах СНД та зробити висновки про те, наскільки активно кожна з держав намагається покращити свої позиції відносно розвинутих країн.

Практична значущість дослідження. Для покращення позицій у регіоні СНД та світі Україні рекомендується розвивати комунікаційну мережу, впроваджувати 3G, 4G стандарти зв'язку та запроваджувати заходи з попередження релокації за кордон висококваліфікованих спеціалістів і цілих компаній сфери ІКТ, реалізуючи у такий спосіб науковий та інноваційний потенціали нашої країни в ІТ-сфері.

Подальших наукових досліджень потребує побудова сценаріїв розвитку інформаційно-комунікаційної сфери.

Література:

1. Measuring the information society 2014 / International Telecommunication Union) Telecommunication Development Bureau) [Switzerland]. – Geneva, 2014. – 270 p.
2. ITU Interactive Transmission Map [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.itu.int/en/ITU-D/Technology/Pages/InteractiveTransmissionMaps.aspx>.
3. Tulgan J. 3G in Russia / Joshua Tulgan // 3G Strategy. – М. : MTS, 2008. – 12 p.
4. LTE launch in Russian Federation [Електронний ресурс]. Megafon, 2012 – Режим доступу : <http://english.corp.megafon.ru/news/20140425-1712.html>.
5. Sanou B. Measuring the information society 2013 / Brahim Sanou // International Telecommunication Union (Place des Nations) [Switzerland]. – Geneva, 2013. – 254p.
6. Sanou B. Measuring the information society 2012/ Brahim Sanou// International Telecommunication Union (Place des Nations) [Switzerland]. – Geneva, 2012. – 230p.
7. Sanou B. Measuring the information society 2011/ Brahim Sanou// International Telecommunication Union(Place des Nations) [Switzerland]. – Geneva, 2011. – 174p.
8. Sanou B. Measuring the information society 2010/ Brahim Sanou// International Telecommunication Union(Place des Nations) [Switzerland]. – Geneva, 2010. – 124p.
9. Sanou B. Measuring the information society 2009. The ICT Development Index/ Brahim Sanou// International Telecommunication Union(Place des Nations) [Switzerland]. – Geneva, 2009. – 108 p.

Шеремет Т. Г.*канд. економ. наук, доцент**Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені М. Туган Барановського*

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК

THE ROLE OF INNOVATION POTENTIAL IN ENHANCING THE COMPETITIVENESS OF NATIONAL ECONOMY

У статті представлені теоретичні основи щодо розуміння сутності інноваційного потенціалу країни, його ролі у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності національної економіки; розглянуті результати використання інноваційного потенціалу у розвитку високотехнологічних галузей на прикладі двостороннього співробітництва України і РФ в інноваційних сферах; виділяються найбільш актуальні проблеми (політичні, правові, економічні, проблеми створення в кордонах однієї країни замкнутого циклу виробництва наукоємкої продукції та технологій; монополізація ринку збуту та ін.), які знижують ефективність використання інноваційного потенціалу у процесі підвищення міжнародної конкурентоспроможності національної економіки. Автором статті розглянуті причини низької інноваційної активності українських суб'єктів господарської діяльності, приділена особлива увага порівняльній характеристиці основних індикаторів інноваційного потенціалу України і РФ та їх впливу на підвищення міжнародної конкурентоспроможності національної економіки на основі даних ВЕФ.

Ключові слова: інноваційний потенціал, інноваційна діяльність, економічний розвиток, інноваційна сфера, міжнародна конкурентоспроможність.

В статье представлены теоретические основы относительно понимания сущности инновационного потенциала страны, его роли в повышении международной конкурентоспособности национальной экономики; рассмотрены результаты использования инновационного потенциала в развитии высокотехнологических отраслей на примере двустороннего сотрудничества Украины и РФ в инновационных сферах; выделяются наиболее актуальные проблемы (политические, правовые, экономические, проблем создания в рамках одной страны замкнутого цикла производства наукоёмкой продукции и технологий; монополизация рынка сбыта и др.), которые снижают эффективность использования инновационного потенциала в процессе повышения международной конкурентоспособности национальной экономики. Автором статьи рассмотрены причины низкой инновационной активности украинских субъектов хозяйственной деятельности, уделено особое внимание сравнительной характеристике основных индикаторов инновационного потенциала Украины и РФ и их влияния на повышение международной конкурентоспособности национальной экономики на основе данных ВЭФ.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновационная деятельность, экономическое развитие, инновационная сфера, международная конкурентоспособность.

The article presents theoretical bases concerning the understanding of the essence of country innovative potential, its role in enhancing of the international competitiveness of the national economy; presents results of using of innovative potential in the developing high-tech industry on the example of bilateral cooperation between Ukraine and the Russian Federation in innovative spheres; highlights the most actual problems (political, legal, economic, the establishment of the closed production cycle of high-tech products and technologies in the frames of one state; monopolization of the sale markets and others), which reduce the effectiveness of using of the innovative potential in the increasing of the international competitiveness of the national economy. The author of the article considers the reasons for the low innovative activity of Ukrainian business entities, estimates the result of the comparative characteristic of the main innovation potential indicators of Ukraine and Russia on the basis of data of the WEF and the influencing of these indicators on the international competitiveness of the national economies.

Keywords: *innovative potential, innovation, economic development, innovation sphere, international competitiveness.*

Вступ. Однією з найважливіших передумов підвищення конкурентоспроможності національної економіки забезпечення підґрунтя для створення інформаційного суспільства є зрілість та стабільність інститутів, які формують, забезпечують і регулюють інноваційне середовище. Сьогоднішнє завдання держави – це розвиток, який буде базуватись на підтримці конкурентоспроможності суб'єктів господарської діяльності з точки зору ефективного використання інновацій, підвищення наукоємності виробництва, пошуків нових технологій високотехнологічними товарами. У розвитку економічної системи, крім ресурсного, суттєву роль відіграє розвиток інноваційного потенціалу.

Дослідженню ролі інновацій в економічному розвитку та підвищенні конкурентоспроможності національної економіки присвячені наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, а саме: І. Алексеева, Б. Буркинського, А. Дагаєва, П. Друкера, Б. Йонсона, Дж. М. Кейнса, О. Кузьміна, А. Кучерової, К. Маркса, А. Маршала, М. Портера, К. Прахалада, Е. Райнерта, П. Рапкіна, А. Садекова, Дж. Сакса, П. Самуельсона, Б. Скотта, М. Туган-Барановського, І. Фішера, Г. Хамеля, В. Хартмана, Х. Чесброу, М. Чумаченка, А. Шпітгофа, К. Штальмана, Й. Шумпетера та ін.

Постановка завдання. Як відзначається у більшості робіт, досягнення високого конкурентного становища суб'єктами міжнародних економічних відносин можливе лише за умов створення та ефективного функціонування національних інноваційних систем. Україною задекларований курс на інвестиційно-інноваційний розвиток національної економіки, але фактично існує ціла низка організаційних, фінансових та правових перепонів, які гальмують інноваційні процеси. Незважаючи на загальні тенденції зростання, устрій української економіки все ще базується на сировинному та низькотехнологічному устрої і процес активізації використання інноваційного потенціалу є скоріше непомітним. Зростання ВВП на основі впровадження нових технологій складає лише 0,7% (проти 90% – у розвинутих країнах світу) [1, с. 1].

Метою даної статті є виявлення напрямів взаємовигідної співпраці між Україною і РФ щодо ефективного застосування інноваційного та ресурсного потенціалу країн для підвищенні міжнародної конкурентоспроможності України на ринку високотехнологічної продукції.

Методологія дослідження. Методичною основою даної роботи стали основні принципи загальносистемного економічного аналізу для характеристики теоретичних основ, які розкривають поняття «інноваційний потенціал», для виявлення найбільш актуальних проблем формування взаємовигідної співпраці України та РФ в інноваційній сфері; табличний, економіко-статистичні методи для виявлення динаміки зміни показників інноваційної складової глобального індексу конкурентоспроможності України у порівнянні з показниками РФ.

Результати дослідження. Поняття інноваційного потенціалу є невід'ємною складовою концептуальних основ при визначенні основних завдань інноваційної діяльності як окремих підприємств, так і національної економіки взагалі. Тому у сучасному часі в економічній літературі досить багато уваги надається питанням формування інноваційного потенціалу. В окремих випадках інноваційний потенціал порівнюється з науково-технічним потенціалом. Інноваційний потенціал представляється як «накоплена точна кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції» [2], чи трактується як «система факторів та умов, які необхідні для здійснення інноваційного процесу» [3]. У визначенні інноваційного потенціалу як «спроможності різноманітних галузей народного господарства призводить до наукомісткої продукції, яка відповідає вимогам світового ринку» [4]. Достатньо місткими відповідями можна вважати висновки Г.І. Жиц, який вважає, що інноваційний потенціал – це кількість економічних ресурсів, які у кожен конкретний момент суспільство може використати для свого

розвитку. Науково-технічний сегмент інноваційного потенціалу забезпечує появлення новації. Під інновацією розуміють «інвестицію в інновацію» як результат практичного засвоєння нового процесу, продукту чи послуги. А новація – це новина, яка не була раніше, нове явище, відкриття, винахід, новий метод задовольнити суспільні потреби. [4]

Згідно з Шумпетером, який перший почав використовувати термін інновація, як економічну категорію, сутність інновації полягає у практичному використанні науко-технічних розробок й винаходженнях, він зазначав, що інноватор – це підприємець та людина бізнесу [9].

На прикладі взаємодії України з Росією, як одного з основних партнерів в інноваційних сферах, роздивимось роль інноваційного потенціалу у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності національної економіки.

Процес адаптації України і Росії до глобальних тенденцій технологічної інтеграції перебуває на початковій стадії. Проте, вже доведено, що процес взаємодії двох країн у цій сфері позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємств і просування сучасних технологій на свій внутрішній ринок обох країн. Аналіз діяльності багатьох компаній, які співпрацюють із закордонними партнерами у цій сфері, показує, що чим більше взаємодія, тим вище конкурентоспроможність і краща фінансова стійкість, що дозволяє легше просуватися на інші міжнародні ринки [5].

Порівняльна характеристика динаміки розвитку показників інноваційного потенціалу РФ та України (таблиця), показала що Росія та Україна мають приблизно схожі позиції.

Таблиця

Порівняльна характеристика динаміки розвитку рейтингу показників інноваційного потенціалу України та РФ*

Показник рейтингу	2008		2009		2010		2013		Δ 2013 р. у порівнянні з 2008 р.	
	Україна	РФ	Україна	РФ	Україна	РФ	Україна	РФ	Україна	РФ
Глобальний індекс конкурентоспроможності	72	51	82	63	89	63	84	64	12	13
Технологічна готовність	65	67	80	74	83	69	94	59	29	-8
Вища освіта і навички	43	46	46	51	46	50	43	47	0	1
Здатність до інновацій	31	45	32	42	37	38	100	64	69	19
Готовність до новітніх технологій	82	98	90	102	92	122	106	124	24	26
Трансфер технологій	100	99	116	103	124	120	131	125	31	26
Якість науково-дослідних інстит.	48	45	56	42	68	53	69	65	21	20

* Складено за даними [6, 10].

За даними таблиці 1, можна зробити висновок, що за рейтингом міжнародної конкурентоспроможності Україна протягом останніх шести років займає гірші позиції ніж РФ (у 2013 відповідно 84 та 64 місця). При чому за цей період як Україна, так РФ погіршили свій рейтинг у порівнянні з 2008 р. на відповідно 12 і 13 позицій, що віддалило країни від перших місць у рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності. Україна тільки за двома показниками інноваційної складової зазначеного індексу займає незначні кращі позиції у порівнянні з РФ – це «Вища освіта і навички» - 43 місце проти 47-го у РФ та «Готовність до новітніх технологій» –

106 місце проти 124-го у РФ. За «Технологічною готовністю» РФ покращила свої показники на вісім позицій і зайняла у 2013 р. 59 місце, в Україні, на жаль, цей показник погіршився на 29 позицій. Взагалі показники, які відображають стан інноваційного потенціалу України, погіршилися з 2008 р. по 2013 р. у середньому на 29 позицій, опустивши Україну у загальному рейтингу глобального індексу конкурентоспроможності на 12 позицій нижче (з 72 місця у 2008 р. - на 84 у 2013 р.).

В Україні державна підтримка взаємодії країн у зазначені сфері здійснюється в рамках окремих програм Міністерства освіти і науки України Департаментом інноваційної діяльності (із залученням учених). Виділені два основних напрямки: 1) розробка законодавчої бази у сфері трансферу технологій і формування державної політики у сфері комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності за рахунок коштів державного бюджету України; 2) розвиток інфраструктури українського ринку технологій шляхом формування основних ринкових механізмів і залучення підприємств до роботи з оцінки інтелектуальної власності, створеної в результаті виконання державних науково-технічних програм. Труднощі, що виникли при вирішенні зазначених проблем, і низький (близький до нуля) відсоток реалізації проектів по трансферу технологій обумовлені, головним чином, наступними причинами: відсутністю сучасних чітких організаційно-правових і організаційно-економічних механізмів інноваційного розвитку підприємств; відсутністю централізації державних рішень з основних питань трансферу технологій та інноваційного розвитку українських підприємств, включаючи юридичні, фінансові і політичні; відсутністю венчурного капіталу і державної політики, яка б стимулювала процес його освіти, а також необхідного інвестиційного клімату і чітких державних гарантій для внутрішніх і зовнішніх інвесторів; відсутністю координації діяльності в цій сфері між Міністерством освіти і науки України, Міністерством промислової політики України, Державним агентством України з інвестицій та інновацій, Мінекономіки України та НАН України.

В цілому більше 10 міністерств здійснювали спільно з промисловими компаніями понад 70 кооперативних програм за таким принципом. Питома вага організацій, які займаються розробкою і використанням нововведень, для України і Росії майже однакова. Приріст ВВП за рахунок нових технологій в Україні становить приблизно 0,7 %, в Росії приблизно 0,6 %, тоді як у розвинених країнах цей показник сягає 60–80 %. У 2007–2008 рр. На інновації в Україну витрачалося 3 % коштів, у РФ 1,4 %. Обсяг інноваційної продукції в Україну склав 6,7 %, в РФ 5,1 % [5].

На сьогоднішній день створена достатня правова база для розвитку взаємовигідного науково-технічного співробітництва між двома країнами, яка складається з декількох десятків міждержавних, міжурядових та міжвідомчих угод. У 1992 році підписано першу Угоду про співробітництво між НАН України і РАН, в рамках якої здійснюється обмін вченими та спеціалістами на безвалютній еквівалентній основі. На підставі положень Угоди між Урядом України і Урядом Російської Федерації про науково-технічну співпрацю (укладено 27 серпня 1996 р., ратифікована 16 січня 1998 р.) сформовано Підкомісію з питань науково-технічного співробітництва українсько-російської Комісії зі співробітництва. У межах першого етапу Програми науково-технічного співробітництва між російськими та українськими організаціями і підприємствами на 1998–2005 роках за фінансової підтримки з бюджетів України і Росії виконується ряд проектів. Найбільший обсяг спільних робіт припадає на області нових матеріалів і хімічних технологій, біології та сільського господарства, екології і раціонального природокористування. За результатами засідання 11 травня 2000 р. в м. Києві Об'єднаної українсько-російської науково-технічної ради з нанofізики і електроніки у відповідний розділ Програми науково-технічного співробітництва між російськими та українськими організаціями і підприємствами на 1998–2005 роках включений ряд проектів по нанofізичі і електроніці.

Співпраця України і Росії в науково-технічній та інноваційній сферах регулюється широким спектром нормативно-правових документів. Основним нормативно-правовим документом, що регулює всі напрямки економічного співробітництва двох країн є Договір про дружбу, співпрацю і партнерство між Російською Федерацією і Україною від 31 травня 1997 року, а також прийнятий на його основі Договір про економічне співробітництво на 1997–2007 рр. від 27 лютого 1998 року. Невід'ємною частиною останнього є Програма економічного співробітництва між Російською Федерацією і Україною на 1998–2007 роки, яку повинні здійснювати Договірні Сторони. Однією з основних цілей Програми є “здійснення Російською Федерацією і Україною на довгостроковій основі узгодженого комплексу заходів, у тому числі нормативно-правового характеру, з надання державного сприяння розвитку взаємовигідних економічних і науково-технічних зв'язків між двома країнами”.

Згідно з Програмою, основними напрямками співпраці в інноваційній сфері є розвиток технологій в [1]:

- освоєнні космосу, літакобудуванні, суднобудуванні, радіоелектроніці;

- модернізації автомобілебудування, розширення науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт в області створення екологічно чистої автомобільної продукції;
- біотехнології для сільського господарства і виробництві медичних препаратів;
- машинобудуванні, організації виробництва високоефективної техніки для оновлення продукції в галузях виробництва, сільгоспмашинобудуванні, виробництві спецтехніки, транспортних засобів, енергетичного обладнання;
- металургійної промисловості – виробництво високотехнологічної продукції (труб нафтогазового асортименту, прогресивних профілів прокату, феросплавів і спеціальних високотехнологічних сталей);
- хімічної і нафтохімічної промисловості - виробництво добрив і засобів захисту рослин, каталізаторів, нафтохімічної продукції, малотоннажної хімічної продукції, хімічних ниток і волокон;
- нафтопереробної промисловості - організація заміни первинних потужностей з нафтопереробки, впровадження новітніх технологій з метою збільшення глибини переробки нафти і підвищення якості нафтопродуктів;
- атомній енергетиці - узгодження стратегії її розвитку і підвищення безпеки, співробітництво в галузі вдосконалення ядерно-паливного циклу.

Програмою передбачається забезпечити найбільш сприятливі умови для розвитку співробітництва в області дослідження і використання космічного простору в мирних цілях і для забезпечення безпеки.

Основою практичного здійснення узгодженої структурної політики є реалізація обома державами як національних цільових комплексних програм і проектів, так і спільних, в тому числі передбачають великі зміни в інвестиційній діяльності. Міждержавні цільові комплексні програми згідно з програмами структурної перебудови виробництв обох держав повинні передбачати проведення комплексу заходів, спрямованих на переміщення капіталу в найбільш перспективні сфери економіки, а також згортання неефективних, неконкурентоспроможних галузей і виробництв, з метою сприяння активізації цілеспрямованої структурної політики, забезпечення життєво важливих систем економіки, підвищення конкурентоспроможності продукції, збереження науково-технічного, виробничого та кадрового потенціалу.

30 вересня 2009 р. було підписано Програму розвитку співробітництва у сфері нанотехнологій між Міністерством освіти і науки України та Федеральним агентством з питань науки і інновацій (ФАН) РФ (Програма); затверджено склад Об'єднаної науково-технічної ради Програми і перелік пріоритетних пропозицій на 2010-2012 рр.

У травні 2010 року Президія НАН України затвердила для фінансування у 2010-2011 роках перелік спільних наукових проектів, відібраних за результатами другого конкурсу НАН України і Російського фонду фундаментальних досліджень (РФФД) 2010 року. Було узгоджено і рекомендовано до фінансування у 2010-2011 рр. 47 проектів, зокрема 37 – за участю вчених наукових установ НАН України і РАН.

У квітні 2011 року підписано Угоду про співробітництво між НАН України і Сибірським відділенням РАН. 14 червня 2011 році під час спільного засідання президій НАН України і РАН були підписані нова Угода про науково-технічне співробітництво між НАН України і РАН та Протокол про обмін вченими.

Але ефективність співробітництва в інноваційній сфері стримується рядом політичних, економічних, правових та інших проблем. В розрізі зазначених типів проблем, серед політичних проблем, які, в першу чергу, перешкоджають науково-технологічній та виробничій кооперації підприємств України і РФ, експерти виділяють: політичну нестабільність в Україні - 60,2 %; політичні інтереси лідерів країн - 13 %; політичні інтереси окремих бізнес-груп - 11,4 %; відсутність доброї волі політиків - 3,3 %. Серед економічних проблем, які перешкоджають науково-технологічній та виробничій кооперації підприємств України і РФ, відзначити треба: митні збори - 34,1 %; рівень інфляції - 22 %; ставку банківського відсотка - 13,8 %; монополійні ціни - 8,9 %. Серед правових проблем, які в першу чергу перешкоджають науково-технологічній та виробничій кооперації підприємств України і РФ, названі: 41,5 % - відсутність взаємоузгодженого законодавства, яке б регулювало процес міжнародної кооперації; 26,8 % - відсутність правової бази, що регулює науково-технологічне співробітництво між підприємствами РФ і України; 11,4 % - невідповідність норм законодавства в аналогічних сферах іншого боку. Серед інших проблем, які перешкоджають науково-технологічній та виробничій кооперації підприємств України і РФ, визнані: 3,3 % - курс РФ на створення в своїх кордонах замкнутого циклу виробництва наукомісткої продукції та технологій; монополізація ринку збуту; відсутність спільних проектів (загальнонаціональних) і т. д. [7]

Особливості сучасного глобального і національного економічного розвитку, вимагають від

України і Росії нових підходів до формування економічних відносин у стратегічній перспективі. Вони повинні базуватися на використанні інноваційних механізмів подолання як економічних, так і соціальних наслідків глобальної економічної кризи, одним з інструментів яких має стати підвищення рівня науково-технічного співробітництва.

Підвищення міжнародної конкурентоспроможності обох країн на зовнішньому технологічному ринку потребує всебічного зміцнення науково-технічної співпраці, яка сприяє отриманню підприємствами-виробниками конкурентних переваг на світових ринках науково-технічної продукції. Для цього необхідно здійснити комплекс заходів, основними з яких є [7]:

1) Підтримка створення транснаціональних фінансово-промислових груп (ТФПГ) на основі міжурядових угод, зокрема, у наступних напрямках: виробництві судів, космічної та авіаційної техніки, зброї, обладнання для атомної енергетики тощо. Враховуючи, що саме в машинобудуванні сконцентровані фінансові, матеріально-технічні та інтелектуальні ресурси, створення ТФПГ буде сприяти прискоренню інноваційного розвитку обох країн завдяки використанню імпорту високотехнологічного обладнання або закупівлі ліцензій і ноу-хау. Також створення ТФПГ у названих напрямках дозволить підвищити ефективність процесу захисту, розвитку та інтернаціоналізації виробництва підприємств обох країн, а також буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності української і російської продукції не лише на внутрішніх ринках СНД, але і на світових ринках високотехнологічної продукції.

2) Створення мережі загальних інститутів: спільних торгових палат, спільних комітетів і асоціацій ділового співробітництва України і Росії, торгових будинків, які б займалися просуванням на відповідні ринки українських і російських товарів і послуг тощо.

3) Розробка компетентними урядовими органами України і РФ системи критеріїв (за обсягом виробництва і реалізації продукції на зовнішніх ринках; впровадження програм енергозбереження, проведення науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт і т.д.), за якими необхідно здійснювати державну фінансову підтримку програм розвитку інфраструктури та реалізації масштабних інфраструктурних проектів, зокрема: будівництво автомагістралей, мостів, аеропортів, ремонт транспортної сфери, мереж в житлово-комунальному господарстві; модернізація базових галузей промисловості України та Росії; розвиток аграрної інфраструктури (будівництво елеваторів, перевалочних пунктів, об'єктів соціальної інфраструктури в селах та ін.).

Реалізація комплексу цих заходів можлива лише в результаті широкого використання механізмів двостороннього співробітництва. Серед них надзвичайно важливим є залучення іноземних інвесторів до розвитку вітчизняної інноваційної сфери. Рішення цієї проблеми може здійснюватися за рахунок: поліпшення загальних умов для інвестицій в економіку України; формування і впровадження єдиних критеріїв оцінки інвестиційної привабливості інноваційних програм і проектів; створення законодавчих норм, ідентичних для вітчизняних і зарубіжних інвесторів, і які гарантують отримання ефективних результатів від інвестиційних проектів.

Створення декількох українсько-російських інноваційних структур в різних областях науки і технологій позитивно вплинуло б на підвищення міжнародної конкурентоспроможності України і Росії в інноваційній сфері. Реалізацію цієї актуальної задачі доцільно провести в рамках міждержавної програми інноваційного співробітництва, до формування якої включити всі компетентні міністерства, відомства та інші організації обох держав [8].

Висновки. *Наукова новизна даної роботи* полягає у виявленні сучасних закономірностей в змінах рівня міжнародної конкурентоспроможності України в залежності від стану її інноваційного потенціалу, а саме: показники стану інноваційного потенціалу України, погіршилися з 2008 р. по 2013 р. у середньому на 29 позицій, змістивши Україну у загальному рейтингу глобального індексу конкурентоспроможності на 12 позицій нижче (з 72 місця у 2008 р. - на 84 у 2013 р.). Виявлені в роботі тенденції можуть бути основою для проведення у подальшому економетричного моделювання залежності міжнародної конкурентоспроможності національної економіки як від інноваційного потенціалу, так і інших показників результативності інноваційної діяльності. До основних напрямів взаємовигідної співпраці між Україною і РФ щодо ефективного застосування їх інноваційного потенціалу, які зможуть підвищити міжнародну конкурентоспроможність країн на ринку високотехнологічної продукції, відносяться: формування або зближення нормативно-правової бази у сфері підтримки і розвитку інноваційного потенціалу країн; формування пріоритетних міждержавних і міжрегіональних інвестиційних науково-технічних проектів; ефективне і взаємовигідне інвестування в економіку обох країн в науково-технічні сфери діяльності; ефективне і взаємовигідне використання і розвиток інфраструктури України і РФ.

Література:

1. Концепція розвитку регіональної інноваційної системи // [Електронний ресурс].- Офіційний сайт. - Житомирська обласна державна адміністрація Головне управління економіки . - Житомир, 2007. – 14 с. –Режим доступу: <http://www.zhitomir-region.gov.ua/doc/innov.doc>.
2. Данько М. Инновационный потенциал в промышленности Украины / М.Данько // Экономист. - 2009. - №10. - С.26-32
3. Николаев А.И. Инновационное развитие и инновационная культура / А.И.Николаев // Наука и наукознание. – 2001. – №2. – С.54-65
4. Жиц, Г. И. Ресурсы или способности: некоторые рассуждения о методологии оценки инновационного потенциала социально-экономических систем различного уровня сложности [Текст] / Г.И. Жиц // СПб.: Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства; Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет . - Инновации № 7 (117) , 2008. – с. 23-36
5. The Global Competitiveness Reports // [Електронний ресурс]. - Офіційний сайт. - The World Economic Forum.– Режим доступу: <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>
6. Головінов, О.М. Пріоритетні напрями розвитку і проблеми фінансування інноваційної діяльності [Текст] / О.М. Головінов // Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Состояние и перспективы инновационно-технологического сотрудничества предприятий РФ и Украины / Н. И. Комков, Л. И. Федулова, Г. Г. Балаян, Н. Н. Бондарева // Евразийская экономическая интеграция. [Електронний ресурс]. – 2010. - №2(7). - с.73-100 . - Режим доступу: http://eabr.dev.armd.ru/general/upload/docs/publication/magazine/no2_2010/n7_2010_6.pdf
8. Кравченко, С.И. Исследование сущности инновационного потенциала / С.И. Кравченко, И.С. Кладченко//Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия экономическая. – Донецк : ДонНТУ, 2003. - Вып. 68. – С. 88-96
9. Schumpeter J. The theory of Economic Development : An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle // [Електронний ресурс] . - Cambridge Forecast Group Update. – Режим доступу: <http://cambridge-forecast.wordpress.com/%2F2007%2F12%2F05%2Fschumpeter-book-the-theory-of-economic-development>
10. Офіційний сайт World Economic Forum [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/the-global-competitiveness-report-2013-2014/>

ГАЛУЗЕВА ЕКОНОМІКА

УДК 331.5.021+37.014+37.046

Бараник З. П.

доктор економ. наук, професор

Кикош Ю. В.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

**НЕОБХІДНІСТЬ ВЗАЄМОДІЇ РИНКУ
ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ТА РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ****НЕОБХОДИМОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РЫНКА
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И РЫНКА ТРУДА В УКРАИНЕ****THE NECESSITY OF INTERACTION BETWEEN
THE EDUCATION MARKET AND THE LABOR MARKET
IN UKRAINE**

У статті розглянуті та проаналізовані структура та обсяг освітніх послуг в Україні. Охарактеризовано проблеми дисбалансу попиту та пропозиції на ринку праці за освітніми рівнями. Визначено основні причини існуючого структурного дисбалансу попиту та пропозиції робочої сили на ринку праці. Проведено аналіз чисельності незайнятих громадян України за рівнями освіти, відмічено існує перенавантаження ринку праці в спеціалістах. Здійснена порівняльна оцінка залученості населення до вищої освіти в Україні та в країнах Центральної та Східної Європи. Розглянуті зміни в структурі працевлаштованих осіб в Україні за рівнем освіти у 2012-2013 роки. Відмічено зростання рівня працевлаштування осіб, які мають робітничі посади, посади службовців та осіб без професії, або таких, що займали місця, які не потребують спеціальної підготовки. Визначено основні проблеми невідповідності ринку освітніх послуг потребам економіки України. Обґрунтовано необхідність подальшого вивчення та вирішення цих проблем, що передбачає розробку концепції взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг. Сформульовані ключові завдання щодо підготовки кадрів вищої школи.

Ключові слова: ринок освітніх послуг, ринок праці, робоча сила, дисбаланс, невідповідність, структура, рівні освіти, працевлаштування.

В статье рассмотрены и проанализированы структура и объем образовательных услуг в Украине. Охарактеризованы проблемы дисбаланса спроса и предложения на рынке труда по образовательным уровням. Определены основные причины существующего структурного дисбаланса спроса и предложения рабочей силы на рынке труда. Проведен анализ численности незанятых граждан Украины по уровням образования, отмечены существующее перегрузки рынка труда в специалистах. Осуществлена сравнительная оценка вовлеченности населения к высшему образованию в Украине и в странах Центральной и Восточной Европы. Рассмотрены изменения в структуре трудоустроенных лиц в Украине по уровню образования в 2012-2013 годы. Отмечен рост уровня трудоустройства лиц, имеющих рабочие должности, должности служащих и лиц без профессии, или таких, которые занимали места, не требующие специальной подготовки. Определены основные проблемы несоответствия рынка образовательных услуг потребностям экономики Украины. Обоснована необходимость дальнейшего изучения и решения этих проблем, которая предусматривает разработку концепции взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг. Сформулированы ключевые задачи по подготовке кадров высшей школы.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, рынок труда, рабочая сила, дисбаланс, несоответствие, структура, уровни образования, трудоустройство.

The article discussed and analysed the structure and volume of educational services in Ukraine It outlines the problems of imbalance of supply and demand in the labour market by educational levels. The article justifies the main causes of the existing structural imbalance of demand and supply of labour on labour market. It outlines the analysis of the number of unemployed in Ukraine by level of education, noted the existing congestion labour market specialists. The article describes the comparative assessment of involvement of the population to higher education in Ukraine and in Central and Eastern Europe. It considered changes in the structure of employed persons in Ukraine by educational level in 2012- 2013 years. It stresses the marked increase in employment of persons with office workers, office employees and persons without profession, or those who occupied positions that do not require special training. The article outlines the main problem of inconsistencies of education market to economy needs of Ukraine. It justifies the necessity of further study and address of these problems, involving the development of the concept of interaction between the labour market and education market. It formulates key task of training high school.

Keywords: education market, labour market, labour, imbalance, mismatch, structure, level of education, employment.

Вступ. Сьогодні ринок освітніх послуг України функціонує самостійно, майже не співпрацюючи із ринком праці. Незначна частка країн світу здійснює оцінювання функціонування ринку освітніх послуг, яке повною мірою вимірює рівень освіченості населення та ілюструє реальну ситуацію на ринку, його відповідність потребам економіки. В Україні спостерігається значна невідповідність обсягів освітніх послуг потребам ринку праці. У зв'язку з цим потребує подальшого вдосконалення механізм функціонування ринку освітніх послуг, його взаємозв'язки та взаємообумовленість з ринком праці. Структура випускників вищих та середньо-технічних навчальних закладів освіти вже багато років не відповідає потребам ринку праці в частині необхідної структури зайнятості за освітнім рівнем в різних видах економічної діяльності.

Основними причинами структурного дисбалансу попиту та пропозиції на ринку праці є: невідповідність структури та обсягів випускників вищих навчальних закладів потребам економіки України та її економічній політиці, неможливість ринку освітніх послуг своєчасно реагувати на зміни попиту та пропозиції на рику праці, велика тривалість процесу підготовки необхідних кадрів, відсутність ефективного державного механізму регулювання обох ринків і т.д. Саме тому, ефективна діяльність органів управління системою освіти неможлива без врахування ситуації на ринку праці, без знання щодо ситуації із зайнятістю та безробіттям, без знання про тенденцій на ринку праці.

Постановка завдання. Розглянути та охарактеризувати обсяг та структуру ринку освітніх послуг, проаналізувати попит та пропозицію робочої сили за освітніми рівнями за 2010–2013 рр. в Україні. Сформулювати основні рекомендації щодо встановлення раціонального співвідношення між попитом та пропозицією робочої сили в освітньому розрізі.

Методологія. Теоретико-методологічну і методичну основу дослідження становить системний підхід до розв'язання проблем забезпечення порівнянності. Для вирішення основних завдань дослідження була використана система загально - наукових методів, методів порівняння, аналізу та синтезу, наукової абстракції, а також спеціальні статистичні методи, зокрема, групування, аналізу відносних величин, рядів динаміки, табличний та графічний методи.

Результати дослідження. Як показують сьогоденні реалії ситуації на ринку праці існуючий механізм взаємодії ринку освітніх послуг та ринку праці є неефективним. Однією з ключових макроекономічних проблем сучасного ринку праці в Україні є структурна невідповідність параметрів попиту на працю і пропозиції в різних регіонах. Це неспівпадіння впливає на національний ринок праці, знижуючи показники його розвитку і роблячи негативний вплив на ефективність його функціонування. В останні роки спостерігається негативна тенденція розвитку ринку праці (зменшилися обсяги зайнятості населення та збільшився рівень безробіття), незайнятість населення залишається гострою соціальною проблемою, вагомою складовою якої є неможливість знайти роботу після закінчення навчальних закладів. Передусім ця проблема витікає із невідповідності державного замовлення на підготовку кадрів, обсяги та структура якого не відповідають сучасному стану та перспективам розвитку ринку праці. На сьогоднішній день, незважаючи на вимогу Закону України «Про вищу освіту» в частині погодження державного замовлення, ні Міністерство економіки, ні Міністерство праці, ні Міністерство освіти і науки, ні Міністерство фінансів, ні їх органи на місцях не залучаються до формування державного замовлення і не мають впливу на його обсяги та структуру.

Внаслідок існуючих вад неефективного механізму саморегулювання ринку освітніх послуг та відсутності дієвої політики державного регулювання, система освіти в Україні не відповідає вимогам ринку та суспільства щодо підготовки фахівців, та взагалі вимогам економіки держави.

Існуючий дисбаланс між попитом та пропозицією робочої сили в значній мірі пояснюється необґрунтованими обсягами фахівців, які випускають, в основному, недержавні вищі навчальні заклади, які орієнтуються тільки на випуск найбільш популярних професій, не звертаючи увагу на перенасиченість ринку праці в цих спеціалістах. Крім того, вступні іспити в ці вузи проводяться таким чином, щоб зарахувати всіх бажаючих вчитися. В результаті цього на ринок праці виходять спеціалісти, що ніяким чином не задовольняють потреби підприємств, установ та організацій в рівнях їх кваліфікації. Відсутність надійної інформаційної системи, яка б відображала реальну ситуацію на ринку освітніх послуг, відсутність моніторингу, який би надавав надійну інформацію щодо працевлаштування випускників закладів вищої освіти за отриманою спеціальністю, неефективна взаємодія ВНЗ із бізнесом та промисловістю країни спричинюють дисбаланс між попитом на робочу силу та пропозицією фахівців на ринку.

На сьогоднішній день освіта набуває формального характеру, адже молодь розуміє, що треба отримати диплом не задля отримання знань, а для отримання конкурентної переваги на ринку праці, більш високооплачуваної роботи чи престижної посади, адже без диплома вищого навчального закладу державного зразка випускник не вважається професіоналом. На жаль, сучасна система вищої освіти в Україні призначена не для виховання ерудованої еліти країни, а для заробітку певного кола людей, бізнесу та соціальних робіт.

На формування у молоді орієнтації на одержання освіти суто заради диплома впливає і те, що при складанні навчальної програми поза увагою профільного міністерства та і самих ВНЗ часто залишаються вимоги роботодавців до кваліфікації випускників, а тому одержані знання в принципі не завжди можна застосувати для подальшої роботи. Тому важливим завданням української вищої освіти має бути не стільки збільшення відсотка осіб, охоплених вищою освітою, скільки підвищення уваги до змісту навчальних програм у ВНЗ, їхнього узгодження з вимогами ринку праці, тобто питання, пов'язані з якістю підготовки фахівців. Важливим елементом модернізації навчальних програм має стати не просто перетворення ВНЗ на місця надання диплома, а і їхнє залучення до активної наукової діяльності відповідно до міжнародної практики, що дасть змогу скоротити відстань між результатами досліджень з «переднього краю науки» та тим знанням, яке молодь отримує під час навчання. А у випадку активного долучення студентської молоді до наукової діяльності стане можливим і набуття навичок самостійної творчої роботи, які є доволі цінними для роботодавців

Достатньо високий рівень залученості населення України до вищої освіти: показник загальної частки залучених до вищої освіти (GER* for tertiary level of education) є найвищим у регіоні Центральної та Східної Європи (73 %) та зрівняним з аналогічним показником у розвинених країнах. Зокрема, у Японії він становить 57 %, у Великій Британії – 59 %, у Франції – 56 %, а в Іспанії – 67 %. Водночас такі країни, як Фінляндія (93 %), США (82 %), Швеція (79 %) та Норвегія (78 %) залишають Україну позаду, проте й рівень соціально-економічного розвитку усіх названих країн значно вищий, аніж України. Загалом, говорячи про рівень освіти населення нашої країни, можливо констатувати, що, незважаючи на труднощі транзитивного процесу, він залишається високим та за основними статистичними показниками наближається до розвинених країн. [2]

За будь-яких умов, тяжіння молодих людей до отримання вищої освіти свідчить про достатньо високе значення, яке українці надають їй здобуттю. За даними опитаних респондентів, відповідаючи на запитання «Який рівень освіти Ви вважали б достатнім для ваших дітей (онуків)?», 65,9 % респондентів назвали саме вищу освіту, навіть попри те, що 61,8 % опитаних вважали її на той час недоступною для себе та членів своїх сімей [2]. Так, на I півріччя 2013 р. незайнятих спеціалістів, які бачили себе на робочих місцях керівників підприємств, установ та організацій становило 53 тис. осіб, а потреби ринку складала 4,3 тис. осіб. Тобто, навантаження на одне вільне робоче місце (вакантну посаду) складало 12 осіб.

Чисельність незайнятих спеціалістів, які бажали працювати керівниками малих підприємств становила 1977 осіб, а їм пропонували тільки 95 місць. Навантаження на одне вільне робоче місце (вакантну посаду) спеціалістами цього профілю становило 21 особу. На робочі місця менеджерів (управителів) підприємств, установ та організацій претендувало майже 7 тис. осіб, а потреба складала тільки 1,2 тис. осіб. Зрозуміло, що ринок праці в такій несприятливій ситуації, стосовно значного випуску молодих спеціалістів, не в змозі забезпечити їх робочими місцями згідно їх профілю. Біля 50% всіх фахівців отримують освіту в 3-х галузях знань - «Економіка, комерція та підприємництво», «Інженерія» та «Освіта». Хоча в 2011 році порівняно із 2010 їх сумарна частка зменшилась на 4,19 в.п. - з 54.19 % у 2012 до 50 % у 2013 році.

Загалом ситуація дещо подібна до більшості країн регіону Центральної та Східної Європи, хоча за «освітнім» напрямом, як правило, навчається більше осіб – середній показник у регіоні – 11 %.

Зауважимо, що напрям «Соціальні науки, економіка та право» є пріоритетним і для студентів інших країн. Так, у низці країн, де зосереджена найбільша кількість іноземних студентів, за ним навчаються: у США – 52,7 %, у Великій Британії – 40,8 %, у Франції – 40,6 %, у Німеччині – 27,4 %, в Австралії – 52,7 % студентів.[2].

У таблиці зображено структура незайнятих громадян України за освітніми рівнями у 2010–2013 роках.

Таблиця

Динаміка чисельності незайнятих громадян в Україні за рівнями освіти у 2010–2013 рр.

Рівні освіти	2010 р.		2011 р.		2012 р.		2013 р.	
	осіб	у % до підсумку	осіб	у % до підсумку	осіб	у % до підсумку	осіб	у % до підсумку
Усього	1847,4	100,0	1855,0	100,0	1826,1	100,0	1576,5	100,0
Повна вища	302,2	16,4	320,3	17,3	339,3	18,6	400,9	25,4
Базова та неповна вища	359,2	19,4	360,6	19,4	359,9	19,7	22,5	1,4
Професійно-технічна	619,2	33,5	628,805	33,9	617,1	33,8	319,1	20,2
Повна загальна середня	498,3	27,0	473,3	25,6	439,3	24,1	761,5	48,3
Базова загальна середня	66,1	3,6	69,6	3,7	68,2	3,7	71,1	4,5
Початкова	2,3	0,1	2,5	0,1	2,3	0,1	1,4	0,2

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України

В основному, перевантаження ринку праці в спеціалістах зосереджено у таких професіях, як:

- технічні службовці – 28,8 тис. осіб;

у тому числі:

- службовці, пов'язані з інформацією – 20,1 тис. осіб;

- службовці, що обслуговують клієнтів – 8,7 тис. осіб;

- робітники сфери обслуговування та торгівлі – 76,3 тис. осіб;

у тому числі:

- робітники, що надають персональні та захисні послуги – 35,7 тис. осіб;

- натурниці, продавці та демонстратори – 21,4 тис. осіб;

- кваліфіковані робітники сільського та лісового господарства, риборозведення та рибальства – 20,2 тис. осіб;

- найпростіші професії – 83,1 тис. осіб;

у тому числі:

- найпростіші професії торгівлі та сфери послуг – 24,5 тис. осіб;

- найпростіші професії в сільському господарстві та подібних галузях – 20,6 тис. осіб;

- найпростіші професії у видобувних галузях, будівництві, промисловості та транспорті – 14,5 тис. осіб.

Ситуація, що склалася на ринку праці України із співвідношенням попиту та пропозиції, потребує удосконалення заходів активної політики зайнятості з боку держави, бо це може призвести до необоротних наслідків для виробництва й економіки країни загалом.

Із загальної чисельності первинної професійної підготовки випускників шкіл у навчальному 2011-2012 р. (202395 осіб) було працевлаштовано за професією 142228 осіб або 70,3 %, з них за договорами на підприємствах, в організації було працевлаштовано 114296 особу або 80,4 %, а за квотою для молоді на підприємствах, в організаціях – 40 осіб. Залишилося не працевлаштованими біля 60 тис. осіб або 29,7 % від загальної чисельності всіх випускників шкіл

Зазначимо, що за період 2010-2013 рр. спостерігалось незначне зниження як чисельності випускників, які пройшли первинну професійну підготовку, так і рівня їх працевлаштування

За досліджуваний період спостерігалось зростання рівня працевлаштування осіб, які мають робітничі, посади службовців та осіб без професії або таких, що займали місця, які не потребують спеціальної підготовки. Так, рівень працевлаштування, у першому півріччі 2013 р. у порівнянні з відповідним періодом 2012 р. зріс у осіб, які мають: робітничі професії з 59,2 % до 94,8 % ; посади службовців з 39,2 % до 59,7 %; осіб без професії або таких, що займали місця, які не потребують спеціальної підготовки з 50,5 % до 55,5 %.

Найвищий рівень працевлаштування був зафіксований у промисловості, торгівлі та сільському господарстві – 26 %, 20 % та 20 % відповідно. Найнижчий рівень працевлаштування у діяльності готелів та ресторанів – 2,5 % та у фінансовій діяльності 0,5 %.

Великий відсоток випускників у сучасних реаліях економіки вимушені працювати не за спеціальностями через диспропорції на ринку праці. Отже, робота не за фахом для випускників - досить поширене явище на сучасному ринку праці, що спричинене неспівпадінням між попитом та пропозицією на робочу силу. Більше половини випускників працюють не за фахом. Найбільший відсоток осіб, які працюють за отриманою кваліфікацією спостерігається за напрямом « Охорона здоров'я та соціальне забезпечення», проте, на цей напрям припадає досить мала кількість випускників. При чому для інших напрямів, на яких так само зосереджена незначна кількість молоді така тенденція не спостерігається.

На рисунку представлена структура працевлаштованих осіб в розподілі за рівнем освіти в Україні.

У структурі працевлаштованих осіб в Україні за рівнем освіти в I півріччі 2013 р. порівняно з відповідним періодом 2012 р. відбулися наступні зміни:

- збільшення питомої ваги випускників професійно-технічних закладів на 4,1 в.п.;
- зменшення питомої ваги випускників з базовою вищою освітою на 2,5 в.п., з базовою загальною середньою освітою – на 0,6 в.п.;
- відбулися кардинальні зміни в питомій вазі у структурі непрацевлаштованих осіб серед випускників з повною вищою, з повною загальною середньою та з початковою освітою.

Із загальної чисельності випускників первинної професійної підготовки в 2012-2013 н.р. не було працевлаштовано 6234 осіб, але тільки 725 особа звернулася за працевлаштуванням до служби зайнятості. Треба відмітити, що не зважаючи на оперативну роботу Державної служби зайнятості з питань працевлаштування, за досліджуваний період значно зменшилась чисельність тих, хто звертається до неї в пошуках роботи. Це пов'язано з тим, що випускники мають за мету отримати як найбільшу заробітну плату, але роботодавці не представляють випускникам первинної професійної підготовки робочі місця з високою оплатою праці. Тому, випускники влаштовуються самостійно, і у тому числі, поповнюючи ряди самозайнятих. Якщо в 2010-2011 н.р. питома вага непрацевлаштованих випускників, які звернулися до служби зайнятості, складала 21,2%, то в 2012-2013 н.р. частка цих осіб зменшилась до 10,2%.

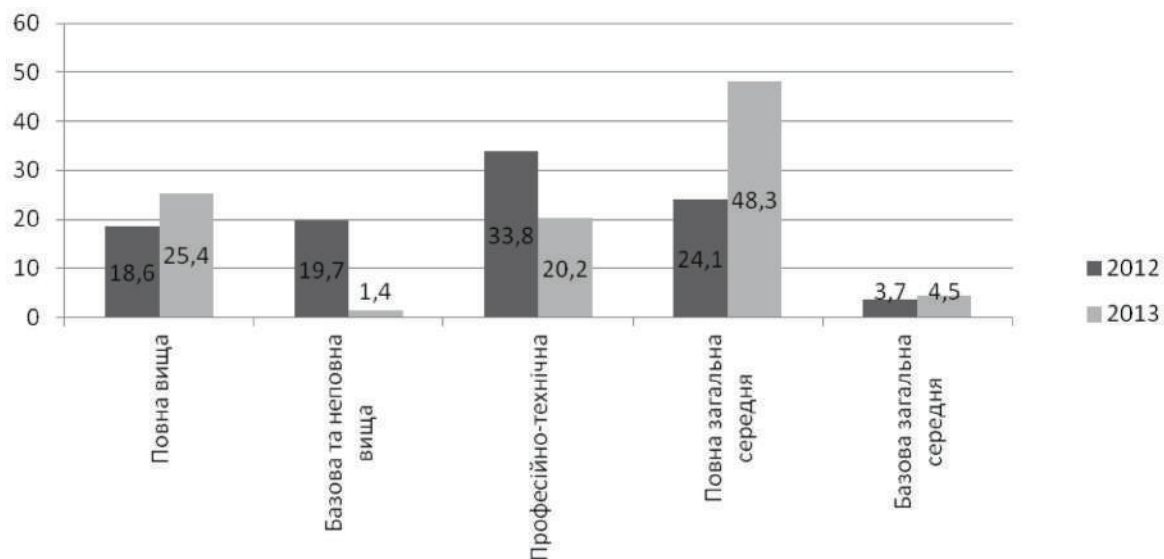


Рисунок. Структура працевлаштованих осіб в Україні за рівнями освіти у 2012-2013 рр.

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України

Висновки. Державним навчальним закладам України слід здійснювати випуск фахівців у відповідності до поточної та перспективної потреби ринку праці. Цього можливо досягти шляхом організації навчання за тими професіями, що користуються реальним попитом у роботодавців, а не за спеціальностями, що є популярними та престижними серед абітурієнтів.

Подальшими кроками у сфері формування раціональної професійно-кваліфікаційної структури зайнятих повинні бути заходи щодо здійснення оптимізації мережі навчальних закладів, а також удосконалення механізму формування державного замовлення на підготовку робітників і фахівців відповідно до потреб економіки.

Можливість вирішення цього питання передбачає розробку концепції взаємодії ринку праці та ринку освітніх послуг й об'єднання зусиль Міністерства освіти і науки, Міністерства економіки, Міністерства праці, Міністерства фінансів, галузевих міністерств, роботодавців і навчальних закладів на принципах пріоритетності надання роботодавцям можливості виконувати свою роль у системі економічних відносин.

При вирішенні цих питань не можливо сьогодні розраховувати тільки на адміністративні механізми, пріоритет має надаватись ринковим засобам і важелям регулювання, насамперед, визначенню оптимальної спрямованості профорієнтаційних заходів, підвищенню продуктивної зайнятості, мотивації та привабливості праці в тих галузях економіки, розвиток яких визначає інноваційний розвиток держави.

Вирішення цього складного питання вимагає створення спільними зусиллями фахівців Міністерства економіки, Міністерства праці, Міністерства освіти і науки, Міністерства фінансів Міжвідомча комісія з регулювання підготовки кадрів. Головними завданнями якої є:

- забезпечення соціального діалогу, з одного боку, між державними органами, профспілками і роботодавцями та, з іншого боку, Міністерством освіти і науки України, Міністерством економіки, Міністерством фінансів і галузевих міністерств, місцевих центрів зайнятості, навчальними закладами, Державним центром зайнятості з приводу оптимізації мережі навчальних закладів, щодо випуску необхідної кількості фахівців згідно державного замовлення відповідно потреб економіки;

- визначення поточних та перспективних потреб ринку праці у працівниках певної фахової спрямованості у взаємозв'язку з тенденціями розвитку економіки країни, її окремих галузей і, перш за все тих, які забезпечують інноваційний розвиток;

- створення високоефективної системи професійної підготовки та перепідготовки, яка б відповідала сучасним вимогам ринку праці в забезпеченні підприємств, установ та організацій відповідною кваліфікованою робочою силою;

- забезпечення регіональних ринків праці фахівцями за спеціальностями відповідно до поточної та перспективної потреби розвитку регіону і, в першу чергу, депресивних, вугільних районів та у сільській місцевості;

- проведення моніторингу професійного розвитку ринку праці, який збиратиме, оброблятиме і аналізуватиме необхідну інформацію щодо попиту та пропозиції робочої сили, її ціни, умов праці в галузевому та регіональному аспектах, враховуючи професійно-кваліфікаційний та освітній рівень робочої сили.

Література:

1. Антохов А.А. Ринок освітніх послуг у світлі класичного та новітніх підходів до дослідження / Антохов А.А. // Регіональна економіка. – 2009. - №1. – С. 251-259;
2. Манцуров І.Г. Збалансованість попиту та пропозиції на ринку кваліфікованої праці як фактор інноваційного розвитку економіки України: монографія / І.Г.Манцуров, З.П.Бараник, С.С. Ващаєв, А.В.Яценко; [за наук. ред. д-ра екон.наук, проф. І.Г.Манцурова]. – К.: КНЕУ, 2008. – 381 с.
3. Оксамитна С. Молодь України: від освіти до праці: монографія / С.Оксамитна, О. Виноградов, Л. Машиш, Т. Марценюк; [за ред. С.Оксамитної]. – К.: ВПЦ НАУКМА, 2010. – С 81 - 103.
4. Петрова Т. Ринок освітніх послуг і ринок праці: проблеми взаємозв'язку та взаємодії // Україна: аспекти праці. – 2006. - №4. – С. 3-7.
5. Шевченко Л. С.Професійна освіта як чинник конкурентоспроможності робочої сили / Л. С.Шевченко // Демографія та соціальна економіка. - 2008. - № 2. - С. 77-86.
6. Діяльність підприємств сфери послуг. Статистичний бюлетень. – К.: Держкомстат України, 2013. – 75с.;
7. Законодавство в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>;
8. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2013/14 навчального року / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] // Державний комітет статистики України. - Київ. - 165 с. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>;
9. Парламентські слухання «Запровадження 12-річної загальної середньої освіти в Україні: проблеми та шляхи їх подолання» / За заг. ред. Є. В. Краснякова. – К.: Парламентське вид-во, 2010. – 168 с.;
10. Сучасна економічна освіта: Україна і Болонський процес / За ред. В.Д. Базилевича. – К., Знання. – 2006. - 326с.

Бухун Ю.В.

Національний технічний університет України «КПІ»

ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЮВАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ В КОСМІЧНІЙ ГАЛУЗІ

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ИНВЕСТИЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССОВ ВОСПРОИЗВОДСТВА В КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

WAYS OF FORMING OF THE MECHANISM OF INVESTMENT PROVISION OF REPRODUCTION PROCESSES IN SPACE INDUSTRY

Стаття присвячена дослідженню сучасних проблем фінансування відтворювальних процесів у космічній галузі України. Проаналізовано сутність відтворювального процесу в космічній галузі та його основні етапи. Визначено зміст інвестицій та охарактеризовано їх функції у забезпеченні відтворювальних процесів у космічній галузі. Проаналізовано сучасний стан вітчизняної космічної галузі та її вплив на конкурентоспроможність національної економіки. Визначено основні завдання інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у космічній галузі. Розкрито зміст заходів, що можуть стимулювати розвиток космічної галузі в Україні та забезпечити фінансування розширеного відтворення виробництва в даній галузі економіки. Зокрема, проаналізовано механізм боргового фінансування космічної галузі за рахунок емісії цільових облігацій внутрішньої державної позики, а також напрямки розвитку державно-приватного партнерства у фінансуванні відтворювальних процесів у космічній галузі. Розглянуто можливість створення венчурних фондів для фінансування інвестицій у інноваційний розвиток космічної галузі України.

Ключові слова: космічна галузь, інвестиції, відтворювальний процес, державні облігації, державно-приватне партнерство, венчурні фонди.

Статья посвящена исследованию современных проблем финансирования процессов воспроизводства в космической отрасли Украины. Проанализирована сущность процесса воспроизводства в космической отрасли и его основные этапы. Определено содержание инвестиций и охарактеризованы их функции в обеспечении процессов воспроизводства в космической отрасли. Проанализировано современное состояние отечественной космической отрасли и ее влияние на конкурентоспособность национальной экономики. Определены основные задания инвестиционного обеспечения процессов воспроизводства в космической отрасли. Раскрыто содержание мероприятий, которые могут стимулировать развитие космической отрасли в Украине и обеспечить финансирование расширенного воспроизводства в данной отрасли экономики. В частности, проанализирован механизм долгового финансирования космической отрасли за счет эмиссии целевых облигаций внутреннего государственного долга, а также направления развития государственно-частного партнерства в финансировании процессов воспроизводства в космической отрасли. Рассмотрена возможность создания венчурных фондов для финансирования инвестиций в инновационное развитие космической отрасли Украины.

Ключевые слова: космическая отрасль, инвестиции, процесс воспроизводства, государственные облигации, государственно-частное партнерство, венчурные фонды.

Article is devoted analysis of modern problems of financing of reproduction processes in space industry of Ukraine. The nature of reproduction process in space industry and its basic stages is analysed. The essence of investments is specified and their functions in provision of reproduction processes in space industry are characterised. The recent state of domestic space industry and its influence on competitiveness of national economy is analysed. The basic tasks of investment provision of processes of reproduction in space industry are specified. The nature of measures which can stimulate development of space industry in Ukraine and provide financing of the expanded reproduction in the given industry of economy are discovered. In particular, the mechanism of debt financing of space industry at the basis of issue of target bonds of an internal public debt, and also a direction of development of state-private partnership in financing of processes of reproduction in space industry are analysed. Possibility of creation of venture capital funds for investment financing in innovative development of space industry of Ukraine is considered.

Keywords: *space industry, investments, reproduction process, government bonds, state-private partnership, venture funds.*

Вступ. В умовах посилення глобалізації та поглиблення євроінтеграційних процесів українські підприємства отримують нові можливості щодо доступу на світові промислові ринки, що у свою чергу обумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності та модернізації економіки України. Адже для того, щоб гідно відповідати на виклики сучасності та ефективно конкурувати із іноземними виробниками на світових ринках, Україна має у повній мірі використовувати ті переваги, якими вона володіє ще з радянських часів. Космічна галузь поряд із потужними агропромисловим комплексом та машинобудуванням складає одну із значних конкурентних переваг вітчизняної економіки, яка до нашого часу так і не була повністю реалізована.

На території України розташовані промислові підприємства, науково-дослідні та інститути інфраструктури, які в комплексні слугують надійним базисом для розвитку космічної індустрії. На жаль, з часу розпаду СРСР обсяг інвестицій у дану галузь національної економіки суттєво скоротився. Усе це знижує господарський потенціал вітчизняної космічної галузі та не дозволяє їй перетворитися на той базис, що може бути використаний для виходу та підтримки конкурентної позиції на глобалізованих промислових ринках.

Відсутність стабільного та достатнього за обсягами фінансування зумовлює застарілість технологічного базису космічної галузі, а відсутність інновацій, які дозволяють підвищити ефективність виробництва, підвищити якість продукції та забезпечать розширене відтворення космічної галузі, зумовлюють низьку конкурентоспроможність української космічної продукції на розвинутих глобалізованих ринках. Таким чином, необхідність підвищення ефективності та стимулювання розвитку вітчизняної економіки, а також підвищення конкурентоздатності національної космічної галузі та перетворення її на потужний акселератор економічного зростання обумовлюють необхідність ґрунтовного дослідження шляхів формування механізму інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі.

Сутність та механізм відтворення космічної галузі, а також значення і закономірності її розвитку були висвітлені у вітчизняній науковій економічній літературі. Належне місце в розробці даної наукової тематики займають праці Алексєєва Ю.С., Бендикова М.А., Варналія З.С., Дульської І.В., Рогача О.І., Сіденка В.Р., Циганова С.А., Черкасової А.В., Шевцова А.І.

Алексєєв Ю.С. дослідив зміни в організації діяльності космічної галузі, здійснені в Україні після розпаду СРСР і шляхи забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної космонавтики на світовому ринку. Головним завданням забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної космонавтики він визначив продовження реалізації міжнародних проектів [1, с.63]. Дульська І.В. проаналізувала механізм залучення приватного капіталу до розвитку супутникових систем зв'язку в Україні шляхом збільшення комерціалізації та інвестиційної привабливості діяльності у космічній галузі, а також обґрунтувала необхідність гармонізації вітчизняних космічних програм з аналогічними програмами ЄС [2, с.164]. Черкасова А.В. дослідила вплив іноземних інвестицій на економічний потенціал підприємств космічної галузі України в системі міжнародних космічних досліджень і реалізації конкурентоспроможної продукції на світовому ринку [3, с.428].

Водночас, питання, пов'язані із комплексним аналізом шляхів формування механізму інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі на сучасному етапі розвитку економічних відносин, на наш погляд, вивчені та висвітлені недостатньо.

Постановка завдання. Мета статті полягає у комплексному дослідженні передумов, обґрунтуванні необхідності та визначенні шляхів інвестиційного забезпечення відтворювальних

процесів у вітчизняній космічній галузі. Завдання дослідження підпорядковані досягненню поставленої мети і спрямовані на: аналіз сутності відтворювального процесу в космічній галузі та його основних етапів; визначення функцій інвестицій у забезпеченні відтворювальних процесів у космічній галузі; аналіз сучасного стану вітчизняної космічної галузі; дослідження заходів, що можуть стимулювати розвиток космічної галузі в Україні та забезпечити фінансування розширеного відтворення виробництва в даній галузі економіки.

Методологія. Дослідження шляхів інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі передбачає використання загальнонаукових прийомів і методів. З використанням методу наукової абстракції та методу діалектики у статті досліджено сутність та основні функції інвестицій у забезпеченні відтворювальних процесів у космічній галузі, на основі методів функціонального і системного аналізу проаналізовано завдання інвестування у космічній галузі. З використанням методів діалектики, дедукції, поєднання історичного та логічного проаналізовано сучасний вітчизняної космічної галузі, а також проблеми, які супроводжують її розвиток. На базі методів наукової абстракції та системного аналізу напрямки стимулювання розширеного інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі.

Результати дослідження. З моменту освоєння людиною космосу, космічна діяльність держави свідчить про розвиток високотехнологічного виробництва, застосування інновацій та новітніх технологій та сприяє підвищенню міжнародного авторитету на світовій арені. Українська космічна галузь – приклад функціонування науки і високих технологій у сфері суспільного виробництва. В Україні спостерігається поступовий розвиток космічної галузі. За останні роки було реалізовано продукції на суму більше 10 млрд. гривень. Більше 60% загального обсягу виробництва становить ракетно-космічна продукція. Підприємства ракетно-космічної галузі України в січні-червні 2014 р. збільшили обсяги виробництва продукції на 11,8% порівняно з аналогічним періодом 2013 року – до 1,54 млрд. грн. Даний успіх вимірюється не лише міжнародним авторитетом, а й рівнем отриманих прибутків. Космічна галузь – є прибутковим видом підприємницької діяльності. Основними торговельними партнерами є США, РФ, країни ЄС, Бразилія, Саудівська Аравія. Підприємства ракетно-космічної промисловості виробляють ефективні супутники різного призначення та ракетноносії різних модифікацій, які можуть доправляти на навколосемні орбіти вантажі різноманітного наукового та господарського призначення.

Фінансування космічної галузі – інвестиції в майбутнє держави, її безпеку, а також розвиток новітніх технологій, підготовка високопрофесійних фахівців. Не зважаючи на загальну тенденцію недофінансування та припинення наукових досліджень в космічній галузі, застарілість основних виробничих фондів та проблематичність практичного застосування інноваційних технологій в галузі, Україна на початку XXI ст. займала четверте місце на ринку виробництва ракет-носіїв, космічних апаратів поступаючи Росії, США та Євросоюзу. Сьогодні частка України оцінюється в 7-9%, продовжуючи входити в п'ятірку провідних країн космічних послуг та технологій. За результатами роботи української космічної галузі відбулося більше 120 пусків українських ракет-носіїв, виведено на орбіту близько 150 космічних апаратів для 20 країн світу. Важлива роль у створенні економічно рентабельної космічної галузі належить інвестиціям. Щоправда, з метою забезпечення економічної безпеки урядами деяких країн запроваджено відповідне законодавство, що передбачає обмеження чи заборону на залучення іноземних інвестицій у космічну галузь. Зокрема така заборона діє у РФ. Водночас, резерви для пошуку джерел інвестицій у космічну галузь можна знайти і всередині країни.

На сучасному етапі перед розширення інвестицій у вітчизняну космічну галузь може забезпечити виконання наступних пріоритетних для економіки України завдань: здійснення дистанційного зондування Землі з космосу; удосконалення космічних систем телекомунікації та навігації; провадження космічної діяльності в інтересах національної безпеки та оборони; проведення наукових космічних досліджень; створення космічних комплексів; забезпечення промислово-технологічного розвитку; поглиблення міжнародного співробітництва. Реалізація яких в сучасних соціально-економічних реаліях України без належного фінансового забезпечення, в тому числі й іноземного, практично неможлива.

На нашу думку, інвестиції у космічну галузь можна визначити як вкладення фінансових ресурсів у виробництво космічної продукції з метою подальшого їх збільшення і отримання економічного ефекту або іншого запланованого результату, такого як підвищення економічної безпеки та покращення макроекономічної ситуації в Україні.

Інвестиції мають здійснюватися на наступних принципах: платність, що передбачає залучення коштів для фінансування інвестицій на платній основі; терміновість, що передбачає встановлен-

ня відповідного терміну для використання і окупності залучених фінансових ресурсів; зворотності, що передбачає повернення фінансових ресурсів після завершення терміну їх використання інвесторам.

Головною метою інвестицій є збільшення ринкової вартості активів космічної галузі та підвищення її конкурентоспроможності на світових ринках. Серед функцій, які виконують інвестиції у забезпеченні нормальної та ефективної діяльності космічної галузі, слід визначити:

- підвищення конкурентоспроможності космічної галузі;
- розширення виробництва та завоювання нових іноземних ринків збуту продукції;
- протидія моральному і фізичному зносу основних засобів, а також підвищення технічного рівня виробництва в космічній галузі;
- підвищення якості продукції космічної галузі;
- забезпечення працездатного населення новими робочими місцями;
- підвищення рентабельності виробництва;
- мультиплікативний вплив на національний дохід та збільшення ВВП України.

Процес відтворення у космічній галузі, на наш погляд, передбачає постійний рух капіталу (основного, оборотного, інтелектуального) з послідовною зміною форм по трьом стадіям виробництва з поверненням в початкову форму у збільшеному розмірі, що гарантує отримання прибутку від економічної діяльності. Серед стадій відтворювального процесу слід виокремити:

- стадію авансування, на якій відбувається акумулювання залучених у процесі інвестування фінансових ресурсів та їх вкладання у різні форми капіталу;
- стадію виробництва, на якій різні форми капіталу залучаються до процесу виробництва космічної продукції на забезпечують створення доданої вартості;
- стадію реалізації, на якій готова продукція реалізується на ринку і забезпечує надходження на підприємство прибутку. У свою чергу, прибуток перетворюється на джерело фінансування, що використовується для придбання засобів виробництва та початок нового циклу відтворення.

Таким чином, як стає зрозуміло з комплексного аналізу функції інвестицій, вони здійснюють визначальний вплив на результативність діяльності підприємств космічної галузі на кожній стадії відтворювального процесу. На першій стадії інвестиції формують основу для капіталовкладень, на другій стадії інвестиції створюють передумови для підвищення технологічного рівня виробництва, а на третій стадії інвестиції забезпечують отримання конкурентоспроможної продукції, що може зайняти стійке положення на глобалізованих ринках. На жаль, ситуація з фінансуванням інвестицій у космічну галузь зажди була і залишається проблемною, що негативно позначається на її конкурентоспроможності.

5 вересня 2013 р. Законом України було затверджено Загальнодержавну цільову науково-технічну космічну програму України на 2013-2017 роки. Ефективність виконання якої має забезпечити отримання комерційного (прямого) доходу в обсязі орієнтовно 2,5 млрд. гривень; отримання непрямого доходу в обсязі орієнтовно 3,24 млрд. гривень, а також розширити можливості доступу громадян до сучасних інформаційних технологій; збільшити співвідношення між середньою заробітною платою на підприємствах, що підпорядковані Державному космічному агентству України, та в державі до 1,2; збільшити кількість робочих місць до 1250. Не зважаючи на те, що виконання Програми здійснюється в основному за рахунок коштів державного бюджету, планується й залучення коштів з інших джерел, зокрема, на основі державно-приватного партнерства.

Таблиця

Орієнтовний розподіл фінансування за роками (млн. гривень)

Джерела фінансування	Разом	За роками				
		2013	2014	2015	2016	2017
Державний бюджет	1120	98,7	230,7	335,2	226,9	228,5
Інші джерела	1460	389	207	258	295	311
Усього	2580	487,7	437,7	593,2	521,9	539,5

Джерело: [4]

Залучення значних коштів з інших джерел для створення космічної техніки та забезпечення підприємств космічної промисловості стабільними замовленнями, а їх працівників – престижною високооплачуваною роботою передбачає створення сприятливого інвестиційного клімату з боку держави.

Інвестиції є важливою складовою економічного розвитку економіки країни, а також передумовою для цього ж розвитку. Інвестиційна активність залежить від низки макроекономічних чинників: створення сприятливого інвестиційного клімату через податкове регулювання, ліцензування, антимонопольні заходи; зниження темпів інфляції; зниження ставки відсотка на фінансовому ринку; формування культури інвестування. Інвестиції – довготермінові капіталовкладення з метою отримання прибутку. Слід пам'ятати, що високий рівень прибутку часто забезпечується за умов високого інвестиційного ризику, з наслідками можливого банкрутства. Безперечно у сучасних ринкових умовах отримання прибутку є одним з важливих завдань інвестиційної діяльності інвестора. Згідно чинного законодавства інвестиції, в тому числі й іноземні, в космічну галузь гарантуються та забезпечуються державою. Інвестиції в комічну галузь – відповідальне економічне рішення, результат яких не завжди співпадає з прогнозованим прибутком. Сьогодні інвестування в комічну галузь є не лише черговим способом реалізації геополітичних інтересів високорозвинених країн, а й незаперечним засобом примноження економічного потенціалу для інвестора.

При здійсненні інвестиційної діяльності інвестор має на меті забезпечити максимальну прибутковість при відносній мінімізації підприємницьких ризиків, а також ліквідність інвестицій; при зміні внутрішніх та зовнішніх чинників отримати можливості повторного реінвестування капіталу; зберегти фінансову стабільність та забезпечити платоспроможність інвестора у процесі інвестиційної діяльності – все це в комплексі має сприяти високим темпам економічного розвитку та конкурентоспроможності інвестора.

Інвестування в космічну галузь на загальнодержавному рівні активно сприяє розвитку науково-технічному прогресу, дозволяє створювати нові робочі місця і тим самим опосередковано контролювати рівень безробіття. Крім того інвестиції дозволяють рівномірно розвивати наукоємні галузі народного господарства і тим самим підтримувати стабільний економічний розвиток країни.

Інвестиції дозволяють провести модернізацію устаткування; впливають на збільшення вартості активів підприємства та розвитку виробничих потужностей; провести контроль за фізичним та моральним зносом основних виробничих фондів.

Через свою динамічність, інвестиційний процес вимагає комплексу управлінських заходів, які б були спрямовані на формування сприятливого для інвестування середовища. Механізм інвестиційного процесу являє собою систему правових, економічних та організаційних дій, які покликані забезпечити здійснення інвестиційної діяльності. Не менш важливу роль у здійсненні інвестиційної діяльності відіграють управлінські рішення, напрямків яких залежить ефективність та оптимальність капіталовкладення. Визначальними складовими інвестиційного механізму, від яких залежить інвестиційна діяльність, є: нормативно-правова база, інституційна структура ринку (як механізму економічної діяльності), система методів управління інвестиційною діяльністю, система інструментів впливу під конкретну ситуацію інвестиційної діяльності.

Інвестиції в космічну галузь безперечно збільшили б надходження до бюджету. Так як українські підприємства розраховують не стільки на державу, скільки на іноземних замовників. Інвестиції сприяють якісному оновленню підприємства: з'являється доступ до нових технологій та наукових досліджень, з'являється можливість розширити та підвищити кадровий професійний потенціал, а залучення іноземних інвестицій передбачає посилений контроль за розробкою та виготовленням космічної продукції – все це в цілому не лише підвищує продуктивність діяльності підприємства, а й ефективно впливає на загальну макроекономічну ситуацію в державі.

Українські підприємства, які займаються науковими дослідженнями та виробництвом високотехнологічної космічної продукції використовують всі можливі шляхи пошуку джерел фінансування для свої проектів: бюджетні кошти, залучають приватний капітал, використовують нерозподілений прибуток підприємства, беруть позики як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках, укладають міжнародні контракти та ін.

У широкому значенні поняття «механізм» інтерпретує в собі систему складових, процесів певного виду діяльності. У даному випадку механізм інвестиційного забезпечення розглядається як система правових, економічних, організаційних, грошово-кредитних заходів, які здатні впливати на інвестиційну діяльність в космічній галузі. Правова складова даного механізму передбачає розробку та вдосконалення нормативно-правової бази, проведення державних експертиз, ліцензувань інвестиційної діяльності. Прогалини та недосконалість вітчизняного інвестиційного законодавства, не зважаючи на достатньо велику чисельну кількість правових документів (більше 100), є однією з причин, що стоїть на перешкоді залучення інвестицій, в тому числі й іноземних. Для іноземних інвесторів важливо, щоб в державі була розроблена система гарантій захисту інтересів інвесторів у процесі здійснення інвестиційної діяльності. Розробка, доопрацювання та відповідно практичне

застосування відповідних законів, правил, принципів мають сприяти інвестиційній діяльності, а також забезпечити відповідний контроль за їх виконанням. Важливе місце в механізмі інвестиційного забезпечення належить аспекту економічних відносин, зокрема питанням податкового тиску. З одного боку розмір податків може виступати інструментом стимулювання інвестиційної активності платників податку, але, на жаль, Україна не використовує даний інструмент регулювання інвестиційної діяльності у повній мірі. Грошово-кредитна складова механізму має активно залучати фінансові інститути до інвестиційного забезпечення вітчизняних підприємств космічної галузі.

Шляхи формування механізму інвестиційного забезпечення полягають у формуванні привабливого інвестиційного клімату на внутрішньому ринку країни; розробці нормативно-правової бази з питань інноваційної діяльності та інтелектуальної власності; організації комерційної оцінки кожної технології та проведенні інформаційно-реklamних заходів; налагодженні партнерських відносин з міжнародними організаціями та підприємствами в космічній галузі; формуванні та реалізації в майбутньому перспективного сегменту ринку послуг – приватних космічних мандрівок (космічний туризм); створенні рекламних матеріалів та інформаційної бази даних щодо перспектив інвестицій в технології та виробництво комірних товарів та послуг; проведення маркетингових заходів серед представників великого та середнього бізнесу; податкові стимули для потенційних інвесторів.

Для створення сприятливого інвестиційного клімату та забезпечення відтворювальних процесів в космічній галузі державою мають бути забезпечені заходи з дерегуляції та забезпечення макроекономічної стабільності: забезпечення помірною рівня інфляції, який не перешкоджатиме економічному розвитку країни; забезпечення збалансованості державних фінансів з реальними можливостями національної економіки; стимулювання здійснення інвестиційних операцій в національній валюті; детінізація економіки; забезпечення фінансової стабільності; зменшення втручання контролюючих органів у господарську діяльність; зниження адміністративних бар'єрів для розвитку підприємництва у космічній галузі.

Серед розглянутих вище шляхів формування механізму інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі, на нашу думку, слід детально зупинитися на фінансуванні відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі за рахунок цільової емісії державних облігацій та створення спеціалізованих венчурних фондів.

Оскільки важливим джерелом фінансування космічної галузі в Україні залишаються державні кошти, одним з перспективних інструментів фінансування підприємств космічній галузі може стати емісія державою цільових облігацій внутрішньої позики – емісійних боргових цінних паперів, що розміщуються виключно на внутрішньому фондовому ринку країни і засвідчують зобов'язання країни щодо відшкодування у передбаченій умовами строк власникам цих облігацій їх номінальної вартості з виплатою доходу відповідно до умов їх розміщення. Емісія цільових облігацій надасть можливість резидентам країни (фізичним особам і фінансовим інститутам) інвестувати кошти у ліквідні і низько ризиковані фінансові інструменти, отримувати доходи від заощаджень. Водночас, це дозволить залучити на підприємства космічної галузі фінансові ресурси довгострокового характеру для фінансування капіталовкладень.

Сьогодні законодавством України передбачено можливість розміщення наступних видів державних облігацій внутрішньої позики: короткострокових дисконтних облігацій; середньострокових купонних облігацій; довгострокових купонних державних облігацій; довгострокових облігацій зі змінною ставкою доходу, який залежить від індексу споживчих цін; довгострокових облігацій з достроковим погашенням; довгострокових амортизаційних облігацій, які передбачають погашення їх номінальної вартості рівними частинами в момент здійснення купонних платежів.

На нашу думку, для фінансування підприємств космічної галузі, де виробничий цикл може бути доволі тривалим, державі краще було б застосовувати довгострокові облігації зі змінною ставкою доходу та довгострокові облігації з достроковим погашенням. Поряд із іншим, перевагами використання даних фінансових інструментів є наявність передбачених державою податкових пільг. Це стимулюватиме інвесторів вкладати кошти в ці фінансові інструменти та фінансувати у такий спосіб вітчизняну космічну галузь.

Іншим перспективним інструментом інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у космічній галузі може стати створення на основі державно-приватного партнерства спеціалізованого венчурного фонду для фінансування інноваційних проектів у космічній галузі. Згідно з нормами вітчизняного законодавства венчурний фонд – це недиверсифікований інвестиційний фонд закритого типу, який здійснює виключно приватне розміщення цінних паперів серед юридичних осіб та фізичних осіб і активи якого можуть включати цінні папери, емітовані пов'язаними особами компанії з управління активами такого фонду. Оскільки венчурні фонди можуть бути лише закритими, вони

не беруть на себе зобов'язань щодо викупу емітованих ними цінних паперів до моменту закриття [5, с.119]. Закриті фонди завжди є строковими, тобто створюються на визначений строк, після закінчення якого припиняють діяльність, якщо не було прийнято рішення про подовження строку діяльності [6]. Це дозволяє фонду сплачувати податки за результатами своєї діяльності лише після припинення діяльності. Таким чином, інвестиції у закритий строковий венчурний фонд є привабливими для інвесторів, оскільки дозволяють «оптимізувати» оподаткування, диверсифікувати ризики, здійснювати належний контроль над об'єктами інвестицій.

Висновки. Наукова новизна одержаних результатів полягає в комплексному дослідженні механізму інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі, що дозволило: вперше проаналізувати перспективи фінансування інвестицій в космічну галузь за рахунок емісії цільових державних облігацій; удосконалити аналіз процесу інвестування в космічній галузі за рахунок визначення сутності відтворювального процесу в космічній галузі та його основних етапів. Крім того, у статті було обґрунтовано можливість та переваги застосування венчурних фондів, побудованих на принципах державно-приватного партнерства, для фінансування інвестицій в космічну галузь.

Проведений аналіз шляхів формування механізму інвестиційного забезпечення відтворювальних процесів у вітчизняній космічній галузі дозволив дослідити сучасний стан національної космічної галузі, виявити тенденції її розвитку та засвідчив існування важливих проблем, які пов'язані із повільним провадженням інновацій у космічній галузі внаслідок недостатнього фінансування, що спостерігається протягом останніх років. На підставі проведеного дослідження було зроблено наступні висновки, що стосуються науково-практичних та теоретико-методологічних аспектів цієї важливої проблеми:

1. Протягом останнього десятиліття конкуренція на світових ринках лише зростає, що у поєднанні із євроінтеграційним вектором розвитку України вимагає першочергової модернізації і підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Провідну роль у даному процесі має відігравати національна космічна галузь, що ще з радянських часів становить важливу складову вітчизняного промислового сектору та забезпечує зайнятість значної частини працездатного населення.

2. Процес відтворення у космічній галузі передбачає постійний рух капіталу з послідовною зміною форм по трьом стадіям виробництва з поверненням в першопочаткову форму у збільшеному розмірі, що гарантує отримання прибутку від економічної діяльності. При цьому, інвестиції здійснюють визначальний вплив на результативність діяльності підприємств космічної галузі на кожній стадії відтворювального процесу. На першій стадії інвестиції формують основу для капіталовкладень, на другій стадії інвестиції створюють передумови для підвищення технологічного рівня виробництва, а на третій стадії інвестиції забезпечують отримання конкурентоспроможної продукції, що може зайняти стійке положення на глобалізованих ринках.

3. Найбільш перспективними шляхами інвестиційного забезпечення розширеного відтворення космічної галузі є фінансування за рахунок цільової емісії державних облігацій та створення спеціалізованих венчурних фондів. Перевагами зазначених механізмів фінансування є наявність передбачених законодавством України податкових пільг, що стимулюватиме інвесторів вкладати кошти в облігації внутрішньої цільової державної позики та акції венчурних фондів та фінансувати у такий спосіб космічну галузь.

Теоретична значимість результатів дослідження полягає у поглибленні наукового аналізу особливостей інвестиційного забезпечення космічної галузі. Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути застосовані у процесі розробки державної політики стимулювання розвитку вітчизняної космічної галузі, а також побудови комплексної системи фінансування розширеного відтворення космічної галузі в Україні.

Підсумовуючи дослідження слід зазначити, що актуальність і гострота проблеми забезпечення прискореного розвитку економіки України свідчить про об'єктивну необхідність подальшого дослідження механізмів фінансування відтворювальних процесів у космічній галузі України. Комплексного аналізу потребує стратегія розбудови міжнародного співробітництва у космічній галузі, а також напрямки гармонізації вітчизняного нормативно-правового поля у сфері регулювання інвестицій у космічну галузь із відповідними нормами законодавства ЄС. Таким чином, актуальність проведення подальших досліджень у даному напрямку є беззаперечною.

Література:

1. Алексеев Ю.С. Космічна діяльність – інноваційний пріоритет України / Ю.С. Алексеев // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. – 2011. – №2. – С.62-65.;
2. Дульська І.В. Державно-публічно-приватне партнерство і розвиток національної супутникової системи зв'язку України / І.В. Дульська // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – №1(7). – С.161-170.;
3. Черкасова А.В. Классификация методов оценки инвестиционной привлекательности космической отрасли Украины / А. В. Черкасова // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 231 – Т.ІІ – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С.423-432;
4. Загальнодержавна цільова науково-технічна космічна програма України на 2013-2017 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nkau.gov.ua/nsau/catalognew.nsf/mainU/69F9BF25A4F7E85FC22579F700527555>. – Назва з екрана;
5. Вірченко В.В. Венчурні фонди та їх роль у відтворенні капіталу / В.В. Вірченко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць. – Вип. №1(16). – Х., 2014. – С.114-123;
6. Закон України «Про інститути спільного інвестування» №5080-VI від 05.07.2012 р. зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5080-17>. – Назва з екрана.

УДК 338.24.01

Дрінь О.Я.*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»***МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ПРИКЛАДНІ
АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ НЕСТАБІЛЬНОСТІ
ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ВИНОРОБНИХ
ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ****МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ
И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНИВАНИЯ
НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ
ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ****METHODOLOGICAL TOOLS AND PRACTICAL ASPECTS
INSTABILITY OF THE ENVIRONMENTAL ASSESSMENT
WINERIES UKRAINE**

Розглянуто дискусійні положення теорії нестабільності зовнішнього організаційного середовища, обґрунтовано оціночні критерії рівня нестабільності, що ґрунтуються на наявності тенденції у динаміці досліджуваних показників, диференційованої варіативності та спонтанності їх змін. Запропоновано типізацію зовнішнього організаційного середовища за ознаками динамічності, турбулентності, стахостичності та стагнації. Сформовано систему показників та розроблено методичний інструментарій оцінювання рівня нестабільності зовнішнього організаційного середовища на основі матричного позиціонування диференційованих параметрів показників нестабільності.

Здійснено вибір показників – об'єктів оцінки рівня нестабільності середовища діяльності виноробних підприємств України, що ґрунтувався на вимогах системності, функціональної незалежності, кількісної вимірності і зосередженості на основних галузевих характеристиках. Проведено розрахунки нестабільності досліджуваного середовища за 2007 – 2013 рр., визначено її пріоритетний характер та рівень диференціації по окремих сегментах діяльності. Сформовано аналітичні висновки, що відображають стан, динаміку та прогностичні характеристики трансформації досліджуваної галузі.

Ключові слова: зовнішнє середовище, фактори нестабільності, показники нестабільності, виноробні підприємства.

Рассмотрены дискуссионные положения теории нестабильности внешней организационной среды, обоснованно оценочные критерии уровня нестабильности, основанные на наличии тенденции в динамике исследуемых показателей, дифференцированной вариативности и спонтанности их изменений. Предложено типизацию внешнего организационной среды по признакам динамичности, турбулентности, стохастичности и стагнации. Сформирована система показателей и разработан методический инструментарий оценки уровня нестабильности внешней организационной среды на основе матричного позиционирования дифференцированных параметров показателей нестабильности. Осуществлен выбор показателей - объектов оценки уровня нестабильности среды деятельности винодельческих предприятий Украины, основанного на требованиях системности, функциональной независимости, количественной измеримости и сосредоточенность на основных отраслевых характеристиках. Проведены расчеты нестабильности исследуемой среды за 2007 - 2013 гг. Определены ее приоритетный характер и уровень дифференциации по отдельным сегментам деятельности. Сформирован аналитические выводы, отражающие состояние, динамику и прогнозные характеристики трансформации исследуемой области.

Ключевые слова: внешняя среда, факторы нестабильности, показатели нестабильности, винодельческие предприятия.

The argumentative ideas of the Theory of instability of external organizational environment are considered, the evaluation criteria of instability level are explained based on tendency in the dynamics of the studied parameters, differentiated variability and spontaneity of their changes. The typing of external organizational environment is proposed based on signs of dynamism, turbulence, stochastic and stagnation. The system of indicators and the methodological tools of evaluation the level of instability of external organizational environment are developed based on matrix positioning of instability differential indexes. The choice of indicators – objects of the assessment of environmental instability of Ukrainian wineries is defined, it is based on the requirements of the systematic, functional independence, quantitative evaluation and focus on key industry characteristics. The calculation of key indicators of instability of researched environment in 2007 - 2013 is done and defined its priority nature and base of differentiation for individual business segments. The analysis results are collected, they demonstrate the state, dynamics and predictive characteristics of transformation of the study area.

Key words: external environment, instability factors, instability indexes, wineries.

Вступ. Сучасні трансформації в сфері діяльності суб'єктів ринку нерозривно пов'язані із змінами зовнішнього організаційного середовища. Підприємства, як відкриті системи, відчувають на собі зростаючий вплив зовнішніх чинників, динаміка яких має здебільшого непередбачуваний характер. Але знання характеру і рівня нестабільності середовища необхідні менеджменту підприємств для формування ефективних стратегічних рішень і визначення поточних управлінських дій задля попереджувальних рішень з метою нівелювання негативних і використання позитивних зовнішніх зрушень.

Проблема нестабільності зовнішнього організаційного середовища давно привернула увагу науковців. Вагомі дослідження характеру ринкового середовища належать відомим американським і європейським вченим Ф. Емері, Е. Трісту, І. Ансоффу, Р. Дункану. З прикладних позицій до вирішення даної проблеми долучились українські вчені Н.В. Васюткін, Д.В. Кіпа, Г.О. Копосов, В.Є. Момот, А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслінський, І.В. Смолін, П.Г. Шелухін та інші. Предметом їхньої уваги стали якісні характеристики та чинники нестабільності середовища, взаємозв'язок зовнішнього середовища і діяльності суб'єктів ринку. Вирішення завдання визначення рівня нестабільності середовища більшістю вчених вирішувалась у форматі експертних оцінок, або кількісної оцінки впливу макрофакторів на діяльність окремих підприємств.

Разом з цим, зовнішнє організаційне середовище в окремих галузях економіки має диференційований рівень нестабільності, визначення якого потребує розробки відповідного інструментарію оцінки, основаного на врахуванні об'єктивних ознак.

Особливо актуальним є визначення рівня нестабільності середовища у галузях, які відчувають його зростаючий негативний вплив. Так, виноробні підприємства України перебувають під посиленним впливом на лише загальнонаціональних соціально-економічних і політичних умов діяльності. Виробляючи продукцію високого еластичного рівня, вони стикаються з непередбачуваною динамікою попиту, яка залежить від рівня доходу споживачів, активності товарів-замінників, інтенсивності

конкуренції у сфері експортно-імпорتنних поставок, тощо. Комплексне оцінювання параметрів нестабільності такого середовища є неодмінною передумовою ефективної управлінської діяльності, як на галузевому, так і корпоративному рівнях.

Постановка завдання. Актуальність проблеми визначення характеру зовнішнього організаційного середовища обумовлює необхідність: вибору об'єктів оцінювання, динаміка параметрів яких слугуватиме аналітичною базою для формування висновків щодо рівня нестабільності досліджуваного середовища; розроблення методики розрахунку комплексу показників нестабільності; перевірки дієвості визначеного інструментарію, зокрема в сфері діяльності виробних підприємств України.

Методологія дослідження. При формуванні теоретичних підходів до визначення об'єктів оцінювання нестабільності організаційного середовища використовувались методи наукового узагальнення, абстракції, аналогії та синтезу. Методичні і прикладні аспекти оцінки і аналізу параметрів нестабільності організаційного середовища діяльності виноробних підприємств ґрунтувались на методах статистичного і математичного аналізу, ретроспективного моделювання, матричного позиціонування. Їхнє комплексне застосування слугувало науковою базою отриманих висновків і пропозицій.

Результати дослідження. Одними з перших дослідників невизначеності організаційного середовища були Ф. Емері і Е. Тріст, які опублікували фундаментальні роботи з теорії динамізму зовнішнього середовища – “Невизначеність побудови організаційного середовища” (1965) [8] і “До питання про соціальну екологію” (1973) [9]. Вони визначили наступні типи зовнішнього середовища організації:

- спокійне зовнішнє середовище, що не потребує помітних змін у діяльності організації;
- спокійне, але сконцентроване середовище, яке потребує зосередженості організації на ідентифікації змін і визначенні адекватних стратегічних дій;
- динамічне, сконцентроване середовище, в якому діяльність організації має досліджувати конкурентні зусилля суперників і діяти на випередження, що потребує точної і швидкої реакції;
- турбулентне середовище, яке відрізняється складністю чисельних взаємозв'язків, які не піддаються прогнозуванню.

Заслуговує на увагу структурований підхід до ідентифікації характеру зовнішнього середовища, запропонований Р. Дунканом [7, с. 45].

Його двомірна модель включає дві змістовні складові середовища – ступінь чисельності та подібності факторів зовнішнього середовища. Для “простого” середовища характерна невелика кількість подібних факторів нестабільності, для “складного” – багато різноманітних факторів. Матричне поєднання даних характеристик дозволяє сформувані можливі варіанти їх взаємодії (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінювання зовнішнього середовища за двомірною моделлю Р. Дункана

Середовище	Просте	Складне
Статичне	Низька невизначеність: – невелика кількість факторів і компонентів; – фактори і компоненти подібні один до одного; – фактори і компоненти фактично незмінні. <i>Приклад:</i> напої промислового виробництва.	Помірно низька невизначеність: – велика кількість факторів і компонентів; – фактори і компоненти не схожі один на одного; – фактори і компоненти практично не змінюються. <i>Приклад:</i> харчова промисловість.
Динамічне	Помірно висока невизначеність: – невелика кількість факторів і компонентів; – фактори і компоненти подібні один до одного; – фактори і компоненти знаходяться в процесі змін. <i>Приклад:</i> індустрія швидкого харчування.	Висока невизначеність: – невелика кількість факторів і компонентів; – фактори і компоненти не схожі один на одного; – фактори і компоненти знаходяться в процесі безперервних змін. <i>Приклад:</i> телекомунікації, комерційні авіаперевезення.

За даною моделлю, на думку автора, можна визначити характер зовнішнього організаційного з урахуванням ступеня складності продукту, що виробляє організація. З цього випливає важливий

висновок щодо того, що не існує рівня невизначеності середовища поза сферою виробництва і реалізації конкретного продукту. Рівень невизначеності середовища має конкретизовані характеристики відносно сфери діяльності підприємства, або навіть окремих його продуктів.

Розглянуті підходи до визначення типів середовища і їхніх характеристик мають виключно якісні ознаки, які дозволяють ідентифікувати характер оточуючого середовища на основі експертної оцінки, яка як відомо, має значний рівень суб'єктивізму.

Спробу вирішення цієї складної проблеми здійснив І. Ансофф [1, с. 402]. Він запропонував три групи методів визначення майбутніх змін, що відповідають певному рівню динамізму зовнішнього середовища, зокрема, прогнозування, моделювання та експертне оцінювання. Цим вчений вказував на можливість диференційованого підходу до оцінки та аналізу рівня динамізму зовнішнього середовища на основі різних методичних підходів.

Сучасні вітчизняні вчені зосередили свою увагу на визначенні структури зовнішнього середовища за рівнями його агрегації. Так, Д.В. Кіпа дослідив характер впливу організаційного середовища на формування конкурентної стратегії підприємства [3, с. 189 – 193]. Здійснена якісна оцінка мала б більш вагомий прикладний результат за умови кількісного визначення рівня зазначеного впливу.

А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслінський і І.В. Смолін запропонували диференціація нестабільності середовища за критеріями варіативності, динамічності і флуентності [5, с. 82]. Зазначимо, що ідентифікація типів середовища за даними критеріями є суб'єктивною, а кількісне оцінювання нестабільності потребує визначення ключових показників динаміки і способів їх вимірювання.

Значна частина дослідників, використовує поняття невизначеності, нестабільності як характеристики, які не потребують змістовного вивчення і, тим більше, кількісного оцінювання [4, с. 195 - 198], [2, с. 384 - 389]. Разом з цим, рівень невизначеності, у кожному конкретному випадку, має диференційовані ознаки.

Необхідною передумовою вирішенням такої складної проблеми як оцінка рівня нестабільності зовнішнього середовища є з'ясування відповідних оціночних критеріїв. Основними критеріями, як мірила рівня нестабільності середовища, можуть бути:

1. Критерій наявності тенденції у зміні досліджуваних показників, що є свідченням можливості прогнозування зазначених показників та відповідності ознаці динамічного детермінованого середовища.

2. Критерій варіативності змін дає можливість диференціювати рівень нестабільності середовища за відсутності тенденції його динаміки. На основі оцінки параметрів відхилення досліджуваних показників від їх середньої величини виявляються амплітудні ознаки коливань, що слугують основою з'ясування характеру стохастичності досліджуваного середовища.

3. Критерій спонтанності потужних змін слугує мірилом їх щільності за визначений період. Кількість зазначених змін зазвичай є невеликою, але їхня значимість дає підстави кваліфікувати середовище як нестабільне з елементами стохастичності при збереженні певної тенденції динаміки досліджуваного показника.

4. Критерій періодичної диференціації варіативності змін визначає наявність аритмії у варіації відхилень у часі, що є свідченням ненадійності виявленої тенденції, а отже і значної нестабільності середовища.

На основі даних критеріїв формується уявлення про відповідний тип зовнішнього організаційного середовища:

– динамічне середовище, в якому відбуваються трансформації, що мають ознаки тренду з незначними відхиленнями та диференційованою інтенсивністю;

– турбулентне середовище, з характерними для нього періодичним прискоренням змін, які провокують хаотичні відхилення в значному інтервалі;

– стагнаційне середовище характеризується застійними явищами, що виявляються у близьких до нуля темпами динаміки і відсутністю близьких перспектив зростання;

– стохастичне середовище відрізняється випадковими безладними змінами, які є результатом дії невизначених факторів, що мають різноспрямований вектор. Зазначене унеможливорює існування фіксованого тренду показників середовища.

Таким чином, диференціація типів зовнішнього організаційного середовища пов'язана з ідентифікацією тенденцій динаміки показників, що визначають його характер.

З огляду на запропоновані критерії можна виокремити наступні показники оцінки, що дозволять ідентифікувати тип зовнішнього організаційного середовища.

1. Коефіцієнт часової кореляції за визначеним трендом (r). За значимої кореляції ($r \geq 0,75$) динаміка досліджуваного показника має чітку тенденцію, що передбачає можливість здійснення

прогнозних розрахунків. Дані характеристики свідчать про не стохастичний характер середовища за даним показником.

2. Коефіцієнт варіації у часі (K_v):

$$K_v = K \sqrt{\frac{\sum (P_t - P_c)^2}{t}} / P_c$$

де: P_t – значення показника по роках досліджуваного періоду;

P_c – середнє значення показника;

t – кількість років досліджуваного періоду.

Даний коефіцієнт застосовується за умови відсутності тенденції динаміки досліджуваного показника. Але вона може бути зафіксована як за відносної незмінності даного показника у часі, так і за значних його хаотичних відхилень. Останнє і фіксується за допомогою даного показника. Відсутність тенденції динаміки за низьких значень K_v є ознакою стагнаційного середовища, за високих значень – стохастичного.

Критерій якісних ознак даного коефіцієнта (високий/низький) визначається суб'єктом оцінки в залежності від особливостей досліджуваного середовища. За усереднених підходів високе значення коефіцієнта варіації показника нестабільності середовища має бути більшим за 0,30.

3. Коефіцієнт прискорення (K_p):

$$K_p = \sqrt[n]{I_1 * I_2 * \dots * I_n}$$

Де: I_1, I_2, I_n – ланцюгові індекси прискорення досліджуваного показника (ланцюгові індекси з ланцюгових індексів);

n – кількість ланцюгових індексів прискорення.

Умовою застосування даного коефіцієнта є наявність зростаючої тенденції досліджуваного показника. Свідченням прискорення його динаміки є наступна умова:

$$K_p > 1.$$

Прискорена динаміка передуює турбулентним змінам середовища, що робить прогностичні розрахунки умовними.

4. Коефіцієнт щільності пікових відхилень ($K_{щ}$):

$$K_{щ} = \frac{\sum \Delta P_n}{t}$$

де: $\sum \Delta P_n$ – кількість пікових відхилень досліджуваного показника за період t .

Відхиленням визначається різницю між наступним і попереднім значеннями досліджуваного показника. Відхилення слід вважати піковим за умови:

$$\Delta P / \sigma > 1,$$

Де: σ – середньо квадратичне відхилення досліджуваного показника від теоретичних значень лінії тренду, або за відсутності тенденції – від середнього значення за період спостереження.

Коефіцієнт щільності пікових відхилень диференціюється за наступними його значеннями:

$$0 < K_{щ} < 0,25 \text{ – низьке значення;}$$

$$0,26 < K_{щ} \text{ – високе значення.}$$

Зазначена диференціація обумовлена наступними обставинами:

- кількість пікових відхилень не може дорівнювати і перевищувати 50% загальної кількості досліджуваних відхилень. В іншому випадку значення середньоквадратичного відхилення їх поглине і зазначені відхилення не будуть відповідати вимозі $\Delta P / \sigma > 1$;

- за умови диференціації показника за двома якісними рівнями, рівний розподіл визначеної амплітуди вбачається виправданим.

5. Коефіцієнт аритмії (K_a):

$$K_a = \sigma = \sqrt{\frac{\sum (K_{v_t} - K_v)^2}{n}}$$

Де: K_{v_t} – коефіцієнт варіації за t період;

K_v – значення коефіцієнта варіації за увесь час спостереження;

n – кількість періодів спостереження.

Значимість Ka задається на основі експертного підходу. При $Ka > 0,3$ значима аритмія буде визнана при 30% відхиленні коефіцієнтів варіації по окремих періодах від значення даного показника за увесь час спостереження. Експертне визначення Ka залежить від об'єктивної особливості динаміки досліджуваного показника. Так, показники фінансового стану, рентабельності мають більший потенціал варіації у порівнянні з показниками обсягу діяльності підприємств, чисельності працюючих тощо.

Призначенням цього коефіцієнту є визначення рівня диференціації варіації досліджуваного показника у часі. Його застосування передбачає наявність ретроспективи мінімум за два окремі періоди (чотири точки спостереження).

Оцінка рівня нестабільності зовнішнього організаційного середовища здійснюється на основі запропонованих коефіцієнтів, розрахованих за параметрами показників досліджуваного ринку, і узагальнених за допомогою методу матричного позиціонування (табл. 2).

Неможливі варіанти конфігурації коефіцієнтів нестабільності організаційного середовища (x) обумовлені недоречністю, або алогічністю поєднання окремих ознак. Зокрема:

– за високої трендової кореляції (r^B) розрахунок варіації досліджуваного показника (v) є недоречним, оскільки він відображає подібну характеристику середовища. Алогічним є поєднання високої трендової кореляції з високими значеннями коефіцієнтів щільності пікових відхилень (Kщ) і аритмії (Ka), які суперечать першій ознаці;

– за низької трендової кореляції (r^H) високе значення прискореної динаміки неможливе з причини відсутності тенденції у динаміці досліджуваного показника.

Слід також зазначити, що конфігурації значень показників нестабільності у деяких випадках мають обмежений склад з причини недоречності подальшої диференціації, але представляють аналітичну цінність і потребують відповідної інтерпретації. Зокрема, варіанти $r^B Kп^B$ і $r^B Kп^H$ не потребували доповнення характеристиками варіації, яка не могла бути значимою з причини високої трендової кореляції досліджуваного показника. Але поєднання ознак, що містять зазначені конфігурації, мають значиме змістовне наповнення, яке посилить обґрунтованість висновків, особливо щодо перспектив зміни динаміки даного показника. Так, за високих значень коефіцієнта прискорення при значимій трендовій кореляції ($r^B Kп^B$) можна припустити, що у перспективі досліджуваний показник може потрапити до зони турбулентності. Ймовірно, що цього не станеться за відсутності прискорюючих динаміку даного показника ознак ($r^B Kп^H$).

Таблиця 2

Конфігурація значень коефіцієнтів нестабільності організаційного середовища підприємства*

Коефіцієнт кореляції, r	Коефіцієнт варіації, v	Коефіцієнт прискорення, Kп	Коефіцієнт щільності пікових відхилень, Kщ	Коефіцієнт аритмії, Ka
r^B	$r^B v^{B**}$	x	x	x
			x	x
			x	x
		x	x	x
			x	x
			x	x
	$r^B v^{H**}$	$r^B Kп^B$	$r^B Kп^B Kщ^{B**}$	x
			$r^B Kп^B Kщ^{H**}$	x
			$r^B Kп^H Kщ^{B**}$	x
		$r^B Kп^H$	$r^B Kп^H Kщ^{B**}$	x
			$r^B Kп^H Kщ^{H**}$	x
				x
r^H	$r^H v^B$	$r^H v^B Kп^{B**}$	x	x
			x	x
			x	x
		$r^H v^B Kп^H$	$r^H v^B Kп^H Kщ^B$	$r^H v^B Kп^H Kщ^B Ka^B$
			$r^H v^B Kп^H Kщ^H$	$r^H v^B Kп^H Kщ^H Ka^H$
			$r^H v^B Kп^H Kщ^H$	$r^H v^B Kп^H Kщ^H Ka^B$
	$r^H v^H$	$r^H v^H Kп^{B**}$	x	x
			x	x
			x	x
		$R^H v^H Kп^H$	$r^H v^H Kп^H Kщ^B$	$r^H v^H Kп^H Kщ^B Ka^B$
			$r^H v^H Kп^H Kщ^H$	$r^H v^H Kп^H Kщ^H Ka^H$
			$r^H v^H Kп^H Kщ^H$	$r^H v^H Kп^H Kщ^H Ka^B$

* позначки *v, n* при коефіцієнтах означають їх високий та низький рівень, відповідно.

**позначаються малоймовірні варіанти конфігурації

Отримані реалістичні варіанти потребують аналітичної інтерпретації та визначення типу нестабільності досліджуваного показника (табл. 3).

Узагальнена характеристика нестабільності зовнішнього організаційного середовища формується на основі переважної якісної ознаки по більшості досліджуваних показників – прогнозованості змін (r^B , r^H), а також конфігурацій додаткових показників нестабільності – коефіцієнтів варіації, пікових відхилень, аритмії, які слугує аналітичною основою визначення можливих змін у характері даного середовища.

Таблиця 3

Аналітична інтерпретації конфігурацій коефіцієнтів нестабільності досліджуваного показника зовнішнього середовища підприємства та визначення його якісної ознаки

Варіанти конфігурацій	Виявлені аналітичні ознаки нестабільності	Пріоритетна ознака нестабільності
r^B Кп ^B	Тенденція з прискоренням	турбулентність
r^B Кп ^H	Стабільна тенденції, відсутність значущих пікових відхилень та аритмії змін	динамічність
r^H v ^B Кп ^H Кщ ^B Ка ^B	Відсутність тенденції за високої варіації, щільності і аритмії змін	стохастичність
r^H v ^B Кп ^H Кщ ^B Ка ^H	Відсутність тенденції за високої варіації і щільності пікових відхилень при незначній аритмії змін	стохастичність
r^H v ^B Кп ^H Кщ ^H Ка ^B	Відсутність тенденції за високої варіації і аритмії змін при незначних пікових відхиленнях	стохастичність
r^H v ^B Кп ^H Кщ ^H Ка ^H	Відсутність тенденції за високої варіації і незначних пікових відхиленнях при незначній аритмії змін	стохастична стагнація
r^H v ^H Кп ^H Кщ ^B Ка ^B	Відсутність тенденції за низької варіації і високої щільності і аритмії змін	стохастичність
r^H v ^H Кп ^H Кщ ^B Ка ^H	Відсутність тенденції за низької динамічної варіації і високої щільності пікових відхилень при незначній аритмії змін	стохастична стагнація
r^H v ^H Кп ^H Кщ ^H Ка ^B	Відсутність тенденції за низької варіації і високої аритмії змін при незначних пікових відхиленнях	стохастична стагнація
r^H v ^H Кп ^H Кщ ^H Ка ^H	Відсутність тенденції за низьких значень варіації, пікових відхиленнях і аритмії змін	стагнація

Так, у варіанті r^H v^BКп^HКщ^BКа^H – характер середовища визначено як стохастичний, а невисока аритмія змін показника є свідчення закріплення існуючого статусу і низької ймовірності його перегляду.

У варіанті r^H v^BКп^HКщ^BКа^H – доцільно з'ясувати характер аритмії досліджуваного показника за періодами спостереження. В разі зменшення варіації змін в останньому періоді, тим більше за наявного низького рівня пікових відхилень, можна прогнозувати зменшення стохастичності показника у майбутньому.

Отже, з'ясування рівня нестабільності середовища слугує передумовою визначенню його прогнозних характеристик, що трансформується в рівень передбачуваності змін зовнішнього середовища. Змістовною основою даного припущення є коректність використання минулого досвіду і набутих управлінських навичок у перспективі, а у деяких випадках – доречність екстраполяції існуючих тенденцій.

Оцінювання нестабільності зовнішнього середовища потребує вибору об'єктів оцінки – показників розвитку середовища. Динаміка зазначених показників має відображати характер нестабільності середовища, який можна виявити лише на основі оцінки контрольованих наслідків зовнішніх змін. Це єдиний критерій, за яким оцінка середовища буде мати реальний характер, що підтверджується параметрами значимого впливу.

Вибір показників – об'єктів оцінки рівня нестабільності середовища, має ґрунтуватись на певних вимогах, дотримання яких забезпечить об'єктивність і комплексність зазначеної оцінки на основі кількісно визначених характеристик.

До основних таких вимог слід віднести:

- системність відбору показників, яка дозволить дати оцінку нестабільності з різних позицій її прояву і сфер реалізації;
- зосередженість на основних характеристиках середовища, що інтегрують вплив певних груп зовнішніх чинників;
- якомога більша обопільна незалежність даних показників, що забезпечить оцінювання результативності впливу різних за характером чинників зовнішнього середовища;

– придатність визначених показників для оцінювання нестабільності в різних галузях економіки;

– кількісна вимірність їхніх параметрів в придатних до порівняльного аналізу одиницях.

Вимога системності відбору показників реалізується на основі врахування функціонального призначення сфер діяльності підприємства, які формуються під впливом взаємозалежних зовнішніх чинників певного спрямування, а саме, виробничих, маркетингових, фінансово-економічних і організаційних. Тому, об'єктами оцінки мають бути відповідні сегменти середовища та показники, що характеризують їхню динаміку (табл. 4).

Сегмент виробничої діяльності акумулює результативність впливу зовнішніх чинників на обсяг і структуру виробництва. Дослідження динаміки відповідних показників дозволить з'ясувати рівень виробничої нестабільності середовища, яка є первинною по відношенню до маркетингової, фінансово-економічної і організаційної.

Маркетингову діяльність спрямовано на отримання визнання доцільності виробництва продукції споживачами. Основними показниками, що характеризують масштабність цього процесу є обсяг реалізованої продукції в цілому і по окремих, найбільш аналітично значимих її видах. Крім того, важливою ознакою маркетингової діяльності є ціна реалізації даної продукції. Вона залежить не стільки від її калькулювання виробниками, скільки від зовнішніх умов реалізації. Це обумовлює її вагомое значення як показника нестабільності організаційного середовища.

Поєднання маркетингових і виробничих чинників середовища реалізується у фінансово – економічних показниках, головними з яких є рентабельність реалізації продукції.

Дослідження організаційного середовища функціонування виноробних підприємств має особливу актуальність. Високопотенційна рентабельність виноробства і відносно низька капіталоемність приваблює велику кількість інвесторів. Результатом цього є значна чисельність підприємств, які визначили для себе виноробство як пріоритетний вид діяльності. Проте необхідність володіння спеціальними компетенціями, зокрема, технологічними, обумовлює складнощі діяльності новостворених підприємств. В результаті значна їхня частина не витримує конкуренції і припиняє діяльність, інші – виживають за незначних обсягах виробництва, або намагаються впроваджувати спрощені технології, іноді – фальсифікувати продукцію. Зазначене додає динамізму зовнішньому організаційному середовищу, а оцінка рівня його нестабільності за показниками кількості зареєстрованих і діючих виноробних підприємств є виправданим аналітичним рішенням.

Таблиця 4

**Об'єкти оцінювання рівня нестабільності зовнішнього середовища
виноробних підприємств України**

Об'єкти оцінки			Одиниці виміру
Функціональні сегменти середовища	Показники		
	Основні	Додаткові	
Виробнича діяльність	Обсяг виробництва	Обсяги виробництва по основних асортиментних позиціях	млн. дал
	Частка основної асортиментної позиції	Частки найменувань продукції по асортиментних позиціях	%
Маркетингова діяльність	Обсяг реалізації	Обсяги реалізації по основних асортиментних позиціях	млн. грн.
	Частка основної асортиментної позиції	Частки найменувань реалізованої продукції по асортиментних позиціях	%
	Ціна одиниці реалізації	Ціна одиниці реалізації по асортиментних позиціях	грн.
Фінансово-економічна діяльність	Рентабельність реалізації	Рентабельність реалізації по асортиментних позиціях	%
Організаційна діяльність	Кількість зареєстрованих підприємств	Кількість зареєстрованих підприємств за формою власності, обсягом діяльності, спеціалізацією	одиниць
	Кількість діючих підприємств	Кількість діючих підприємств за формою власності, обсягом діяльності, спеціалізацією	одиниць
	Частка діючих підприємств	Частки діючих підприємств за формою власності, обсягом діяльності, спеціалізацією	%

Призначенням додаткових показників є забезпечення більшої деталізації характеристик нестабільності. Особливо це буде у нагоді в разі отримання неоднозначних висновків за результатами розрахунку коефіцієнтів нестабільності основних показників. Крім того, в процесі аналізу середовища може виникнути потреба у додатковому дослідженні характеру його нестабільності в окремих сегментах, де індикаторами слугуватимуть дані показники.

Прикладне застосування визначених основних показників – об'єктів оцінювання нестабільності середовища функціонування виноробних підприємств України обумовило необхідність внесення корективів у їхній перелік.

При визначенні нестабільності маркетингового середовища за об'єкт розрахунку було взято обсяг реалізації вина, що пов'язано з необхідністю забезпечення кореспонденції даного показника з ціною одиниці продукції, параметри якої є доступними. Крім того, середня ціна, визначена у гривнях за один декалітр по усіх видах виноробної продукції, має високий рівень агрегації, який залежить від структурних ознак усього обсягу виробництва. Оцінка рівня нестабільності середовища на основі даного показника може нівелювати дію декількох чинників, значення яких має аналітичну важливість.

Проведені розрахунки досліджуваних показників нестабільності середовища функціонування виноробних підприємств України засвідчили значну диференціацію її рівнів (табл.5)

Таблиця 5

Результати оцінювання рівня прогнозованості показників зовнішнього середовища виноробних підприємств України за функціональними сегментами за 2007 – 2013 рр.

Об'єкти оцінки		Параметри оцінки		Рівень прогнозованості	Якісні ознаки динаміки	
Функціональні сегменти середовища	Показники	Лінія тренду	Коеф. детерм., R ²		прискорення	уповільнення
Виробнича діяльність	Виробництво винопродукції	$y = 34,296e^{-0,01x}$	0,0231	непрогнозований	-	-
	Частка вина натурального	$y = 62,992e^{0,029x}$	0,5027	непрогнозований	-	-
Маркетингова діяльність	Реалізації вина натурального вітчизняними виробниками	$y = 2554,6x^{0,3019}$	0,2699	непрогнозований	-	-
	Ціна одиниці реалізації	$y = 130,81x^{0,3678}$	0,8263	прогнозований	-	так
Фінансово-економічна діяльність	Рентабельність реалізації	$y = -1,016\ln(x) + 1,8984$	0,0370	непрогнозований	-	-
Організаційна діяльність	Кількість зареєстрованих підприємств	$y = 305,34x^{0,1527}$	0,7375	прогнозований	-	так
	Кількість діючих підприємств	$y = 334,23e^{-0,1044x}$	0,6371	непрогнозований	-	-
	Частка діючих підприємств	$y = -9,4571x + 99,567$	0,9321	прогнозований	-	так

З 8 досліджених показників 5 виявились не прогнозованими, що є ознакою стохастичності змін середовища. Разом з цим, прогнозованість 3 інших не слід вважати безальтернативно значимою ознакою прогнозованості змін у виноробстві України. Так, наявність тенденції динаміки кількості зареєстрованих підприємств здебільшого обумовлено прогресуючим збільшенням кількості зареєстрованих підприємств, значна частина яких не стають діючими. Підтвердженням цьому є недостатній рівень прогнозованості показника діючих підприємств – коефіцієнт детермінації - 0,6371 не відповідає визначеному критерію 0,7. Тому наявність тенденції збільшення кількості зареєстрованих підприємств (за не прогнозованості діючих) є свідченням нестабільності середовища, суб'єкти якого ще остаточно не визначились з доцільністю (або можливістю) розпочати реальну господарську діяльність на виноробному ринку, але зареєстрували підприємства з надією на стабілізацію галузевих умов.

При цьому частка діючих підприємств має окреслену тенденцію до зниження з уповільненим характером, що є передумовою стабілізації кількості учасників досліджуваного ринку.

Динаміка показників, яку визнано не прогнозованою, потребує подальшого дослідження і оцінювання (табл. 6).

Таблиця 6

Результати оцінювання рівня нестабільності зовнішнього середовища виноробних підприємств України за не прогнозованими показниками за 2007 – 2013 рр.

Об'єкти оцінки	Коефіцієнти нестабільності			Конфігурація значень коефіцієнтів нестабільності	Рівень нестабільності, В – високий, С – середній, Н - низький
	Варіації, (Кв)	Щільності пікових змін, (Кщ)	Аритмії змін, (Ка)		
Виробництво винопродукції	0,487	0,204	0,451	Кв ^в Кщ ^н Ка ^в	С
Частка вина натурального	0,351	0,264	0,325	Кв ^в Кщ ^в Ка ^в	В
Реалізації вина натурального вітчизняними виробниками	0,532	0,452	0,021	Кв ^в Кщ ^в Ка ^н	С
Рентабельність реалізації	0,682	0,325	0,056	Кв ^в Кщ ^в Ка ^н	С
Частка діючих підприємств	0,385	0,122	0,301	Кв ^в Кщ ^н Ка ^н	С

Розрахунки коефіцієнтів нестабільності досліджуваного середовища засвідчила високий та середній рівень нестабільності за не прогнозованими показниками. Причому розмах варіації параметрів коефіцієнтів нестабільності досягав великих значень: 0,331 (0,682 - 0,351) за коефіцієнтом варіації і 0,430 (0,451 - 0,021) за коефіцієнтом аритмії.

Низький рівень міг би бути ідентифікований за наявності трьох низьких значень коефіцієнтів варіації, щільності пікових змін і аритмії. Але зазначений висновок був би результатом помилкових розрахунків, або не обґрунтовано визначених оціночних коефіцієнтів, оскільки не прогнозованість наведених показників навряд чи спостерігалась би за умов низької нестабільності середовища.

Для кожного сегменту середовища характерні свої особливості динаміки досліджуваних показників, зокрема, потребує з'ясування проблема суперечливості характеристик нестабільності в сегменті маркетингової діяльності – яким чином підтримується прогнозованість середньої ціни реалізації вина при відсутності будь-якої тенденції в обсязі реалізації вина; звертає на себе увагу помітна аритмія змін значень показників обсягу виробництва усієї продукції виноробства і частки вина натурального. Це означає, що інтенсивність змін за окремими періодами є різною, а, отже, і прогнозованість даних показників за різними ретроспективними відрізками часу може мати диференційований характер. Візуальне спостереження за динамікою названих показників, а у подальшому і відповідні розрахунки, підтвердили дане припущення (табл. 7).

Таблиця 7

Результати порівняльного оцінювання рівня прогнозованості показників зовнішнього середовища виноробних підприємств України за 2007 – 2013 і 2010 – 2013 рр.

Об'єкти оцінки	Оціночні характеристики за 2007 – 2013 рр.		Оціночні характеристики за 2010 – 2013 рр.	
	Лінія тренду	Коеф. детерм., R ²	Лінія тренду	Коеф. детерм., R ²
Виробництво винопродукції	$y = 34,296e^{-0,01x}$	0,0231	$y = 44,39x^{-0,421}$	0,9838
Частка вина натурального	$y = 62,992e^{-0,029x}$	0,5027	$y = 61,065x^{-0,234}$	0,9838

Так, за відсутності прогнозованості показників обсягу виробництва вино продукції і частки вина натурального за 2007 – 2013 рр. (значення коефіцієнту детермінації за цими показниками були меншими за допустимі - 0,0231 і 0,5027, відповідно), відхилення теоретичних значень лінії тренду від фактичних за 2010 – 2013 рр., були мінімальними ($R^2 = 0,9838$ і $0,9838$). Це свідчить про можливість прогнозування даних показників з високим рівнем довіри, а, отже, і про високу їхню динамічну стабільність.

Висновок. Оцінювання нестабільності зовнішнього організаційного середовища має здійснюватись на базі науково обґрунтованих критеріїв та системи відповідних показників.

Основними критеріями, як мірила рівня нестабільності середовища, можуть слугувати: наявність тенденції у зміні досліджуваних показників; визначений рівень варіативності змін; спонтанність потужних змін; періодична диференціації варіативності виявлених змін.

На основі даних критеріїв та запропонованої системи показників – коефіцієнтів часової кореляції за визначеним трендом, варіації у часі, прискорення, щільності пікових відхилень та аритмії змін; - формується уявлення про відповідний тип зовнішнього організаційного середовища: динамічне, турбулентне, стагнаційне, стохастичне.

Відбір показників - об'єктів оцінки нестабільності середовища, доцільно здійснювати з урахуванням функціонального призначення сфер діяльності підприємства, а саме, виробничої, маркетингової, фінансово-економічної і організаційної.

Комплексна оцінка рівня нестабільності середовища передбачає використання методу матричного позиціонування, який дозволяє отримувати системні аналітичні висновки, необхідні для прийняття відповідних управлінських рішень.

Здійснені розрахунки нестабільності зовнішнього середовища виноробних підприємств України дозволяє зробити наступні узагальнення:

- для переважної більшості досліджених показників характерна стохастична нестабільність, що унеможливує прогнозування їхніх параметрів;
- найвища нестабільність характерна для сегментів виробничої і фінансово-економічної діяльності виноробної галузі;
- для не прогнозованих показників характерні середній та високий рівень нестабільності, що визначається розрахованими коефіцієнтами варіації, щільності пікових змін і аритмії;
- вагоме значення має сегментна оцінка нестабільності в середовищі виноробних підприємств, що слугує передумовою передбачення майбутніх змін в окремих сферах діяльності, необхідного при реалізації завдань стратегічного управління.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. / И. Ансофф, [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Васюткін Н.В. Вплив зовнішнього середовища на складові системи управління розвитком підприємств авіаційної галузі / Н.В. Васюткін // Бизнес Информ.- 2014. - № 5. С. 384-389.
3. Кіпа Д.В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства / Д.В. Кіпа // Бизнес Информ. - 2014. - № 9, С. 189 – 193.
4. Копосов Г.О., Шелухін П.Г. Управління підприємством в умовах невизначеності на основі розробки системи гештальтів (образів) / О.Г. Копосов, П.Г. Шелухін // Бизнес Информ. - 2012. - № 2, С. 195 – 198.
5. Мазаракі А.А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслінський, І.В.Смолін.– К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.
6. Момот В.Є. Чинники ринкової невизначеності у поведінці підприємств / В.Є. Момот. – Дніпропетровськ: ДУЕТ, 2002. – 228 с.
7. Dunkan R. What Is The Right Organization Structura? / R. Dunkan // Organizational Dynamic's. – Winter, 1979.
8. Emery F.E., Trist E.L. The casual texture of organizational environment / F.E. Emery, E.L Trist. // Human relations. – 1965. – Vol. 18.
9. Emery F.E., Trist E.L. Toward a social ecology / F.E. Emery, E.L Trist – NY, 1973.

Лисенко С.В.*Виконавчий директор Асоціації суднобудівників
України «Укрсудпром»***Довгань Л.Є.***канд. економ. наук, професор***Мохонько Г.А.***канд. економ. наук, доцент**Національний технічний університет України «КПІ»*

СУДНОБУДІВНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЇЇ ВІДРОДЖЕННЯ

СУДОСТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ УКРАИНЫ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ЕЕ ВОЗРОЖДЕНИЯ

SHIPBUILDING UKRAINE: PROBLEMS AND TRENDS OF ITS RECOVERY

У статті досліджується стан вітчизняної суднобудівної галузі. Проведено аналіз та оцінку світових тенденцій розвитку морського транспортного флоту за 1970-2013 рр. На досвіді провідних країн світу досліджуються умови, які необхідно створити для подальшого розвитку морського флоту України. Визначається роль та місце суднобудівної галузі у виході економіки України з кризи. Проаналізована діяльність провідних суднобудівних заводів України за 2013-2014 рр. Визначені основні чинники, що спричинили структурні зміни у галузі та її інфраструктури, та вплинули на стан суднобудування України. Ідентифіковано проблеми, які необхідно вирішити для подальшого розвитку вітчизняного суднобудування. Визначено конкурентний потенціал суднобудівної галузі та основну мету стратегії її розвитку. Запропоновано основні напрями розвитку суднобудування та необхідні заходи для їх здійснення в контексті зростання промисловості України.

Ключові слова: суднобудівна галузь, економічний та технічний стан галузі, умови розвитку, морський транспортний флот Світу, темпи зростання, конкурентні переваги, структура, фінансово-економічний стан, проблеми розвитку.

В статье исследуется состояние отечественной судостроительной отрасли. Проведен анализ и оценка мировых тенденций развития морского транспортного флота за 1970-2013 гг. На опыте ведущих стран мира исследуются условия, которые необходимо создать для дальнейшего развития морского флота Украины. Определяется роль и место судостроительной отрасли в выходе экономики Украины из кризиса. Проанализирована деятельность ведущих судостроительных заводов Украины за 2013-2014 гг. Определены основные факторы, которые приводят к структурным изменениям в отрасли и ее инфраструктуры, и повлияли на состояние судостроения Украины. Идентифицированы проблемы, которые необходимо решить для дальнейшего развития отечественного судостроения. Определен конкурентный потенциал судостроительной отрасли и основная цель стратегии ее развития. Предложены основные направления развития судостроения и необходимые меры для их осуществления в контексте роста промышленности Украины.

Ключевые слова: судостроительная отрасль, экономическое и техническое состояние отрасли, условия развития, морской транспортный флот мира, темпы роста, конкурентные преимущества, структура, финансово-экономическое состояние, проблемы развития.

This paper examines the state of the domestic shipbuilding industry. The analysis and evaluation of global trends of marine transport fleet for years 1970-2013. The experience of leading countries

studied conditions should be created for the further development of the Navy Ukraine. The role and place in the shipbuilding industry of Ukraine's economy out of the crisis. The activity of Ukraine's leading shipyards for the 2013-2014 biennium. The main factors that led to structural changes in the industry and its infrastructure, and influenced the state of shipbuilding Ukraine. Identified problems to be solved for the further development of the domestic shipbuilding. Determined competitive potential of the shipbuilding industry and the main purpose of its development strategy. The basic directions of development of shipbuilding and necessary measures for their implementation in the context of the growing industry of Ukraine.

Keywords: *shipbuilding industry, economic and technical state of the conditions of development, maritime fleets of the world, growth, competitive advantage, structure, financial and economic situation, development problems.*

Вступ. Сучасне міжнародне суднобудування є високотехнологічною, інноваційною, ресурсоемною і високоінтегрованою галуззю. Воно займає в народному господарстві багатьох промислово розвинених країн значне місце. Без суднобудування неможливо розвиток економічних відносин між державами, освоєння багатств і всебічне наукове дослідження Світового океану.

Економічний та технічний стан даної галузі в Україні важко назвати задовільним, що не в останню чергу пов'язано з ситуацією в державі та недосконаlostями правового регулювання господарської діяльності підприємств галузі. Так, на сьогодні скасовано низку податкових та митних пільг, що були впроваджені Законом України «Про заходи державної підтримки суднобудівної промисловості в Україні». В свою чергу суднобудівна промисловість, унаслідок своїх специфічних властивостей, не може існувати без державної підтримки.

В той же час, Україна має прекрасні умови для розвитку морської індустрії, що сприятиме перетворенню цього сектора в один з локомотивів прискореного економічного розвитку нашої держави. Це насамперед – вельми привабливі гео економічні умови; необхідний історичний досвід; солідні виробничі потужності; можливості підготовки необхідної кількості кваліфікованих кадрів; значний, накопичений з кінця 18-го століття, досвід створення та експлуатації різних флотів.

На сьогодні в дослідженні проблем і перспектив розвитку суднобудування в світі та в Україні варто відзначити внесок таких вітчизняних і зарубіжних вчених: Б.В. Буркинський, Т.Е. Герберг, А.І. Зінченко [1], В.І. Лисицького [2], П. Куван, Д.В. Пашко [5; 6], Дж.Р. Перкінсон, К.С. Письмена [7], Г.Ф. Романовський, В.Христенко [10] та інших. Однак, необхідно підкреслити, що дослідження проводилися в основному з технічним ухилом і у теперішній час фундаментальні академічні роботи з проблеми практично не представлені, багато питань залишається маловивченими та дискусійними.

Постановка завдання. Метою даної статті є комплексне дослідження стану суднобудування в Україні, виявлення проблем та обґрунтування напрямів відродження галузі в контексті зростання промисловості України.

Відповідно до поставленої мети, передбачається розв'язання таких задач:

- проаналізувати тенденції розвитку суднобудування в світі та в Україні;
- ідентифікувати проблеми, які необхідно вирішити для подальшого розвитку вітчизняного суднобудування;
- запропонувати основні напрями розвитку суднобудування та необхідні заходи для їх здійснення в контексті зростання промисловості України.

Методологія. Методологічну базу даного дослідження становлять положення економічної теорії щодо підприємництва, сучасна теорія управління, теоретичні положення та концепції вітчизняних та зарубіжних вчених з питань розвитку суднобудування в Україні.

Інформаційну базу дослідження становлять нормативні та законодавчі акти, постанови Верховної Ради, Кабінету Міністрів України, статистичні матеріали.

Результати дослідження. Складні соціально-економічні перетворення, що відбуваються в Україні, спричинили структурні зміни всіх галузей господарства, торкнулися і суднобудування, його промислової інфраструктури.

Суднобудівна галузь уявляє собою єдиний багато профільний комплекс підприємств і організацій, який здійснює різні етапи і стадії будівництва суден: корпусні роботи, виготовлення суднового обладнання та устаткування, виконання електромонтажних, ізоляційних та інших робіт, включаючи ремонтні роботи і модернізацію судів. Наукові та проектно-конструкторські установи забезпечують виробничий процес конструкторсько-технологічної та іншої документацією відповідно до вимог міжнародних класифікаційних товариств. Крім того, суднобудування об'єднує у своїй продукції досягнення великої кількості суміжних галузей промисловості (металургії, машинобудування, електроніки та інших).

За даними ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі та розвитку) морський транспортний флот Світу бурхливо розвивається останні кілька десятиліть (рисунок). За останні 10 років обсяг світового суднобудування збільшився на 50%. На сьогодні більше 80% ринку світового суднобудування складають танкери, контейнеровози та балкери. За останні три роки лідерами світового суднобудування є Японія та Корея. На ці країни припадає більше 65% всього ринку суднобудування. На кілька порядків (за обсягом іноземних замовлень) відстають від них Німеччина, Польща, Китай, Італія, Румунія, Тайвань, Фінляндія, Україна, Іспанія, Росія, Хорватія, Данія, Франція, Бразилія, Туреччина, Сінгапур, Нідерланди, Норвегія, Великобританія, Індія. За типами суден Японія споруджує 50% усього балкерного флоту, а Корея - близько 50% усіх танкерів. Лише 6% суднобудування європейських країн складають "прості" судна. Європейські країни залишаються лідерами у будівництві особливо складних суден (80%), а за тоннажем на частку Європи припадає лише 20% усіх суден [5, с.53; 6].

Високі темпи зростання морського транспортного флоту пояснюється швидким розвитком світової торгівлі. У 1970 р морським шляхом б4уло перевезено 2605 млн. т вантажів, а в 2013 вже 9568 млн. т. – тобто в 3,7 рази більше. Приріст відвантажень склав 7053 млн. т.

Держави - світові економічні лідери приділяють особливу увагу підтримці і розвитку своїх конкурентних переваг. Ця підтримка найчастіше є основою їх лідерства. Підтримка здійснюється переважно: державним (регіональним) субсидуванням; використанням спеціальних регуляторних механізмів (регуляторної винятковості); спільним використанням субсидування і регуляторної винятковості.

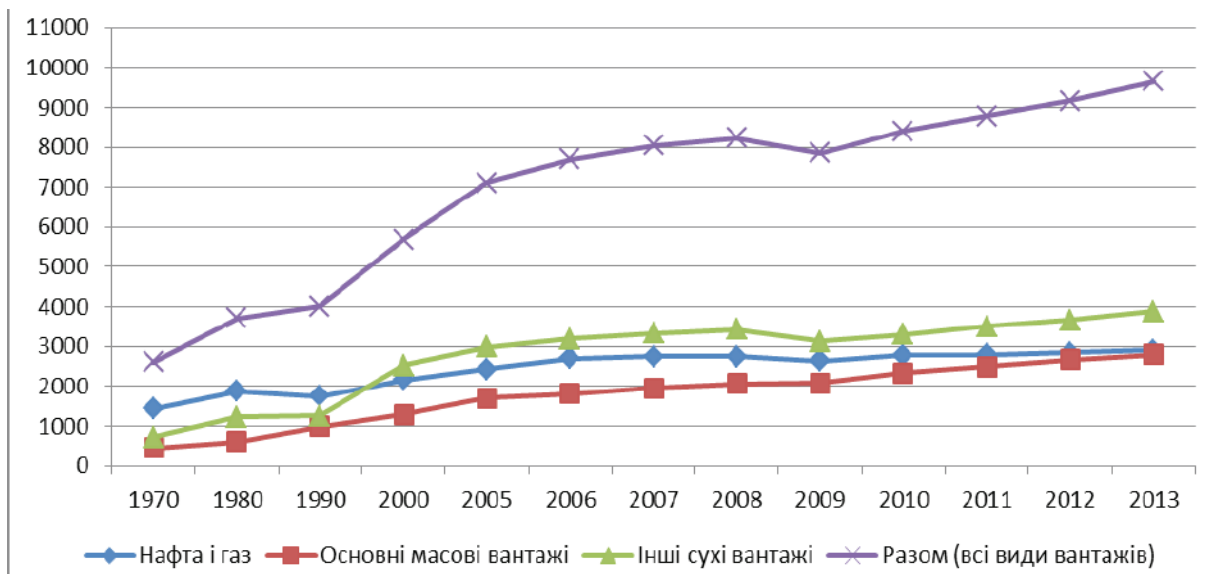


Рисунок. Динаміка міжнародних морських перевезень Світу, окремі роки (млн. занурених тон)

Джерело: за даними ЮНКТАД [4]

Основну частку суднобудівної галузі в Україні складають 10 великих суднобудівних заводів, 9 підприємств суднового машинобудування, морського приладобудування та електромонтажу, 15 проектно-конструкторських і наукових організацій. Крім того, в галузі працює кілька десятків середніх і малих суднобудівних і судноремонтних заводів.

Сьогодні фінансово-економічний стан суднобудування і судноремонту де-факто ще гірше ніж в 1995-1997 роках. Аналіз результатів роботи суднобудівної промисловості свідчить, що безпідставна ліквідація в 2005 році законів щодо підтримки суднобудування, відсутність внутрішнього ринку споживання суднобудівної продукції в країні, криза в 2008 році привели до спаду виробництва на вітчизняних підприємствах суднобудування, зменшення контрактів на будівництво нових судів, розривом замовниками вже діючих контрактів. У 2010 році обсяги виробництва основних десяти великих суднобудівних заводів становили 794 900 000. грн., замовникам було передано 27 суден.

У 2013 році з 10 суднобудівних заводів тільки 7 виробляли суднобудівну продукцію: ПАТ «Херсонський суднобудівний завод» здав замовнику три повнокомплектних судна проекту RST - 27; ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод» виготовив 1 буксирі і 1 корпус річкового пасажирського судна;

Миколаївський суднобудівний завод «Океан» зміг побудувати тільки одне річкове судно-ресторан; Київський суднобудівний судноремонтний завод - 2 річкові несамохідні нафтоналивні станції; Керченський суднобудівний завод «Залив» передав замовникам з Нідерландів і Норвегії на добудову 4 корпуси суден з готовністю 70 відсотків. ПАТ «Завод «Ленінська кузня», ДП «Суднобудівний завод ім. 61 комунара» та ПАТ «Севастопольський морський завод» за останні три роки не виготовили жодного плавзасобу. Основним видом діяльності для заводів став судноремонт і виготовлення металоконструкцій.

Сьогоднішня ситуація в суднобудівній галузі критична, негативні явища посилюються ще більше. Анексія Криму та Севастополя Росією призвели до істотних структурних змін у галузі, а також серйозних соціальних проблем у приморських регіонах, де суднобудування певною мірою носить містоутворюючий характер.

«Херсонський суднобудівний завод» завершив перше півріччя 2014 зі збитком 234 млн. грн, «Чорноморський суднобудівний завод» - 33, 2 млн. грн., сума анульованих і потенційно втрачених контрактів по цих підприємствах тільки по ринку СНД оцінюється в 200 млн. доларів. Європейські замовники також пригальмували контрактну активність в Україні у зв'язку подіями на сході країни. Завод «Океан», Херсонський суднобудівний завод «Палада» практично не працюють. У такому ж стані кримські підприємства, незважаючи на те, що вони зараз знаходяться під юрисдикцію Росії.

У той же час є і позитивні приклади діяльності нових невеликих верфей. До них можна віднести черкаську суднобудівну верфь «Оріон», на якій з 1997 року побудовано майже півсотні плавзасобів, серед них суховантаж ін. СТ45, голландська баржа, риболовецький бот, яхти, прогулянкові судна. Не менш успішно розвивається суднобудівна верфь «Краншип». Починаючи з 2007 року були спущені на воду буксир рятувальник, три кантовщики і дев'ять багатоцільових ескортних буксирів, судно збирач лояльних вод, два балкери перевантажувача, несамохідні плавучі перевантажувальні комплекси. Еталоном перевалочного комплексу є нещодавно побудоване унікальне кранове судно «Атлас Двомісний», яке оснащено двома електрогідролічними кранами вантажопідйомністю 33/30 тонн.

Однак нашим суднобудівним і судноремонтним підприємствам складно конкурувати на світовому ринку. Українські банки надають кредити під 20-25% річних, тоді як європейці отримують їх під 3-5%. Шалені відсотки відчутно впливають на зростання вартості замовлення. Звичайно, можна спробувати кредитуватися в розвинених країнах, але банки Заходу внесли Україну в ризиковий список через проблеми в економіці, зниження ВВП, загрози дефолту і в зв'язку з російсько-українським протистоянням. В таких умовах ми, навіть зі своєю дешевою робочою силою, не в змозі конкурувати з «дорогими» європейськими верфями, не кажучи вже про корейських, китайських і в'єтнамських. Непомірним тягарем на плечі заводів лягли виплати зобов'язань відшкодувати Пенсійному фонду України виплату пенсій особам, які були зайняті повний робочий день на роботах із шкідливими умовами праці за минулі періоди, більшість яких припадає ще на радянські часи. Це фактично не залишає багатьом підприємствам можливостей не тільки для розвитку, збільшення обсягів виробництва, робочих місць та оплати праці, а й ставлять під сумнів подальше їх існування через величезні борги Пенсійному фонду України, які іноді перевищують в рази фонд оплати праці цих підприємств. Несприятлива ситуація, яка зараз склалася в вітчизняній суднобудівній та судноремонтній галузі обумовлена також незадовільними темпами формування, прийняття та реалізації регуляторних і законодавчих актів, які створюють умови розвитку стабільної роботи підприємств галузі.

Аналіз стану світового ринку суднобудування та ситуації в українському суднобудуванні, дозволили визначити основну мету стратегії розвитку суднобудівної галузі [8; 9]. Це створення нової конкурентоспроможної суднобудівної промисловості має здійснюватись на основі оптимізації виробничих потужностей, модернізації і технічного переозброєння, вдосконалення нормативно-правової бази з метою задоволення потреб держави та бізнесу в сучасній суднобудівній продукції.

В свою чергу законодавче та нормативно-правове забезпечення має передбачати прийняття змін і доповнень до окремих законодавчих актів України в частині, що стосується створення нормативно-правових умов для розвитку суднобудівної промисловості.

Запропоновані напрями розвитку суднобудування в Україні носять як загальний характер, застосовуються в багатьох сферах промисловості з тривалим циклом виробництва і специфічний, спрямований на розвиток саме суднобудівної промисловості (таблиця).

**Напрями розвитку суднобудування в Україні
[запропоновано авторами на основі 2;3]**

Напрямок розвитку	Заходи
1	2
Заходи регуляторного впливу	<p>1.1. Прийняття законопроектів «Про внесення змін до Податкового кодексу України у зв'язку з проведенням економічного експерименту щодо державної підтримки суднобудівної промисловості» та «Про внесення змін до Митного кодексу України у зв'язку з проведенням економічного експерименту щодо державної підтримки суднобудівної промисловості».</p> <p>1.2. Вирішення питання збільшення терміну повернення валютної виручки для суднобудівних підприємств від 90 до 180 днів.</p> <p>1.3. Вирішення питання створення сприятливого спеціального регулювання будівництва суден та інших плавзасобів для України на вітчизняних підприємствах з переважаючим правом будівництва суден за держзамовленням на державних верфях, а також визначення механізму стимулювання продажу продукції суднобудування на експорт і на внутрішній ринок. Створення спеціалізованого державного фонду для кредитування будівництва нових і модернізації старих суден.</p> <p>1.4. Вирішення питання можливості використання лізингу щодо будівництва та експлуатації суден українськими судовласниками.</p>
Заходи кредитної підтримки	<p>2.1. Розробка механізму державних гарантій за іноземними кредитами, які надаються іноземними державами, банками, міжнародними фінансовими організаціями, а також зобов'язань перед іноземними замовниками за зовнішньоекономічними договорами (контрактами).</p> <p>2.2. Розробка механізму здешевлення кредитів шляхом часткової компенсації ставки за кредитами комерційних банків до рівня облікової ставки Національного банку України, яка діє на дату сплати відсотків за отриманими кредитами.</p>
Організаційні заходи	<p>3.1. Проведення інвентаризації всієї суднобудівної галузі та судноремонтної бази, її інфраструктури, визначити потужності і технічний стан, намітити шляхи модернізації, злиття ряду підприємств, переорієнтації ряду судноремонтних заводів забезпечивши їм державну підтримку.</p> <p>3.2. Створення кластера вітчизняної морської індустрії, а саме: судноплавства, портів, суднобудування, судноремонту, рибальства, суміжних областей (чорної і кольорової металургії, електротехнічної та кабельної промисловості, машинобудування, електроніки і т.д.) від яких залежить розвиток суднобудування і які вимагають, на наш погляд, відновлення роботи «Координаційної ради з питань розвитку морської індустрії України» (прийнятий Постановою КМУ від 13.07.2004 р № 898 і ліквідований Постановою КМУ від 18.05.2005 № 753.), або створення нового авторитетного колегіального органу при Президентові України (консультативно-дорадчий орган з представниками державних структур, основних підприємств, як державних так і приватних форм власності, асоціацій та інших організацій) з питань розвитку національної морської індустрії на довгостроковий період, яке б служило об'єднуючим орієнтиром для розвитку формують його галузей, і, в зокрема, суднобудування і судноремонту. Світова тенденція розвитку суднобудування спрямована на створення суднобудівних кластерів, які становлять ланцюжок вартості судна.</p> <p>3.3. Вирішення питання підпорядкованості та звітності всіх підприємств суднобудівної промисловості різних форм власності. Створення у складі Мінекономрозвитку підрозділу, відповідального за стан суднобудівної галузі.</p> <p>3.4. Вирішення питання щодо створення умов взаємовигідного державно-приватного партнерства в суднобудівній промисловості і морській індустрії взагалі.</p> <p>3.5. Забезпечення підприємств суднобудівної галузі вітчизняними матеріалами (в першу чергу: сортовим і профільним металопрокатом, зварювальними матеріалами, фарбами, лаками, ізоляцією), оснащенням та комплектуючими виробами, сертифікованими відповідно до міжнародних стандартів за доступними цінами.</p>

1	2
Заходи щодо врегулювання фінансових питань	4.1. Розгляд заходів термінового повернення боргів держави з ПДВ підприємствам суднобудівної галузі.
	4.2. Вирішення питання недофінансування суднобудівних підприємств за державними контрактами, у тому числі з оборонних замовлень.
	4.3. Надання підприємствам суднобудівної галузі певного імунітету від майнових вимог кредиторів. Забезпечити мораторій на відчуження майна суднобудівних підприємств, яке перебуває в заставі.

Основні напрямки суднобудування, здатні забезпечити ефективну діяльність в сучасних умовах, виглядають наступним чином:

– військово кораблебудування (в рамках державного оборонзамовлення і військово-технічного співробітництва);

- науково-дослідні судна;
- судна і засоби освоєння шельфу;
- рибпромисловий флот;
- морські транспортні судна;
- річкові судна;
- судна змішаного плавання (море-річка);
- каботажні судна та парусно-моторні яхти [10].

Структурні перетворення суднобудування повинні також ґрунтуватися на п'яти базових принципах. Це:

- 1) пріоритетність виконання програм для оборони країни;
- 2) недопущення монополізації інтелектуального потенціалу;
- 3) створення умов зацікавленості у спільному розвитку;
- 4) об'єднання переважно однотипних виробництв з урахуванням регіонального фактора;
- 5) вирівнювання фінансово-економічних умов функціонування при виконанні державного та приватного замовлень [9].

Висновки. Аналізуючи вище викладене, можна зробити такі висновки:

Встановлено, що на розвиток вітчизняного суднобудування впливають такі фактори, як: кризові явища, пов'язані політичною ситуацією в Україні (2014 рік), анексія Криму та Севастополя Росією, бойові дії на сході України, відсутність належної кількості замовлень і достатнього за обсягом фінансування; дорожняча сучасного імпортного обладнання, необхідного для будівництва суден за сучасними технологіями відповідно вимогам іноземних замовників; втрата значної частини висококваліфікованих робітників; відсутність професійних управлінців, здатних керувати підприємствами в умовах змінного ринкового середовища; руйнування інфраструктури галузі, зокрема, виробничої, соціальної, наукової та освітньої.

Визначено, що конкурентними перевагами вітчизняного суднобудування є: високий науковий потенціал, наявність власної сировинної бази, необхідних виробничих потужностей та кваліфікованих кадрів, що дає підстави вважати розвиток цієї галузі одним із пріоритетів забезпечення транспортної, продовольчої, енергетичної та військової безпеки.

Питання підвищення ефективності функціонування, ефективної реалізації потенціалу і подальшого розвитку суднобудування в контексті зростання промисловості України, у першу чергу, з розробкою генеральної стратегії України в морській діяльності, в основу якої повинні бути покладена Стратегія розвитку судноплавства як елемент транспортної стратегії держави та комплекс заходів: заходи регуляторного впливу, заходи кредитної підтримки, організаційні заходи, заходи щодо врегулювання фінансових питань.

До основних елементів наукової новизни даного дослідження можна віднести наступне: визначення основних тенденцій розвитку суднобудування в світі та в Україні; аналіз та узагальнення причин, що заважають розвитку галузі; визначення передумов розвитку суднобудування в контексті зростання промисловості України.

Отже перспективою подальшого дослідження у визначеному напрямку має стати поглиблений аналіз розвитку суднобудівних підприємств для конкретизації заходів щодо покращення ситуації в галузі.

Література

1. Зінченко А.І. Інструментарій забезпечення розвитку суднобудівних підприємств в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / А.І.Зінченко. – Одеса, 2009. – 18с.
 2. Лисицкий В. Судостроение Украины – от упадка к возрождению/ В.Лисицкий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/blogs/lisickiyblog/blog-sudostroenie-ukrainy-ot-upadka-k-vozrozhdeniyu-484682.html>
 3. Наумов О.Б. Проблеми і перспективи розвитку суднобудування в Україні / О.Б. Наумов, Д.В. Пашко // Культура народов Причерноморья. — 2009. — № 152. — С. 18-20.
 4. Обзор морского транспорта 2013 г. / конференция организации объединенных наций по торговле и развитию ЮНТАД. - Нью-Йорк и Женева, 2013 год. – 228 с.
 5. Пашко Д.В. Проблеми фінансового забезпечення суднобудівних підприємств / Д.В.Пашко // Культура народов Причерноморья. - 2009. - № 154. - С.53-55.
 6. Пашко Д.В. Фінансово-економічний механізм модернізації суднобудування в Україні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Д.В. Пашко. – Сімферополь, 2009. – 20 с.
 7. Письменна К.С. Стан і тенденції розвитку суднобудівної промисловості в Україні: господарсько-правовий аспект / К. С. Письменна // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2010. – № 1. – С. 221 – 228.
 8. Про стратегію розвитку суднобудування України на період до 2020 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 06.05.12 р. № 581-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
- Роль і місце суднобудування в системі соціально-економічного розвитку України [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interlegal.com.ua/corporate/?p=853>
- Христенко В. Об основных направлениях государственной промышленной политики и ее реализации в судостроительной отрасли / В. Христенко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fishnews.ru/news/1485

УДК 338.45:621.3

Нараєвський С. В.*Національний технічний університет України «КПІ»*

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ У ПРОВІДНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В ВЕДУЩИХ СТРАНАХ МИРА

COMPARATIVE ANALYSIS OF SOLAR POWER EFFICIENCY IN LEADING COUNTRIES WORLDWIDE

Проведено порівняльний аналіз ефективності роботи сонячної енергетики у окремих регіонах і провідних країнах Світу та Україні. Визначено, що серед окремих регіонів лідируючу позицію займають країни Європи, що обумовлено найбільш тривалим періодом розвитку сонячної енергетики, використанням набутого досвіду в період експлуатації об'єктів сонячної енергетики та застосуванням сучасних зразків техніки і обладнання. Країною-лідером за ефективністю роботи сонячної енергетики є Іспанія. Її лідируючі позиції зумовлені високою інтенсивністю сонячного випромінювання порівняно з іншими країнами Європи та наявністю законодавчих вимог, що зобов'язують власників при будівництві нових споруд обов'язково встановлювати на них певну кількість сонячних перетворювачів. Зазначено, що такий підхід до будівництва мінімізує втрати в мережах при передачі електроенергії, оскільки переважна більшість виробленої електроенергії споживається самим виробником. Підтверджено, що ефективність роботи сонячної енергетики України знаходиться на середньоєвропейському рівні, що пов'язано з розміщення сонячних електростанцій у південних регіонах країни з вищою інтенсивністю сонячного випромінювання та використанням сучасних зразків техніки. Рекомендовано подальші дослідження розбити на два окремі напрями, один з яких

це порівняльний аналіз ефективності роботи великих сонячних електростанцій, а другий – це аналіз роботи малих об'єктів розміщених на дахах та стінах будинків.

Ключові слова: сонячна енергетика, фотовольтаїка, використання встановленої потужності, ефективність роботисонячної енергетики, інтенсивність сонячного випромінювання.

Проведен сравнительный анализ эффективности работы солнечной энергетики в отдельных регионах и ведущих странах мира и Украине. Определено, что среди отдельных регионов лидирующую позицию занимают страны Европы, что обусловлено наиболее длительным периодом развития солнечной энергетики, использованием приобретенного опыта в период эксплуатации объектов солнечной энергетики и применением современных образцов техники и оборудования. Страной-лидером по эффективности работы солнечной энергетики является Испания. Ее лидирующие позиции обусловлены высокой интенсивностью солнечного излучения по сравнению с другими странами Европы и наличием законодательных требований, обязывающих владельцев при строительстве новых сооружений обязательно устанавливать на них определенное количество солнечных преобразователей. Указано, что такой подход к строительству минимизирует потери в сетях при передаче электроэнергии, поскольку подавляющее большинство производимой электроэнергии потребляется самим производителем. Подтверждено, что эффективность работы солнечной энергетики Украины находится на среднеевропейском уровне, что связано с размещением солнечных электростанций в южных регионах страны с высокой интенсивностью солнечного излучения и использованием современных образцов техники. Рекомендовано дальнейшие исследования разбить на два отдельных направления, один из которых – это сравнительный анализ эффективности работы крупных солнечных электростанций, а второй – это анализ работы малых объектов размещенных на крышах и стенах домов.

Ключевые слова: солнечная энергетика, фотовольтаїка, использования установленной мощности, эффективность работы солнечной энергетики, интенсивность солнечного излучения.

It has been performed a comparative analysis of solar power efficiency in individual regions and leading countries across the world and in Ukraine. It is estimated that amongst some regions the leadership belongs to European countries due to continuance development of solar energy, lessons learned in course of solar facilities operation and implementation of state-of-the-art machinery and equipment. The leader of solar power efficiency is Spain. Its dominant positions are determined by high solar intensity in comparison with other European countries and the current legal requirements obliging owners of new facilities to install certain amount of solar inverters during construction. It should be mentioned that such the approach allows minimizing line losses while transmission of electricity since major part of electricity produced is consumed by the producer itself. It is confirmed that solar power efficiency in Ukraine is at the mean European level that is largely due to solar power plants location in the southern regions of the country with higher solar radiation intensity and use of up-to-date equipment. It is recommended to divide further investigation into two separate directions, one of which is a comparison study of operation efficiency for large solar plants and another one is an analysis of operation of small solar facilities mounted on building roofs and walls.

Keywords: solar energy, photovoltaic, installed capacity, the efficiency of solar energy, solar radiation intensity.

Вступ. Аналізуючи розвиток різних напрямів альтернативної енергетики у цілому і сонячної енергетики, зокрема, переважна більшість міжнародних організацій, що досліджують ці питання (Міжнародне агентство з відновлюваної енергії (InternationalRenewableEnergyAgency(IRENA)), Мережа по відновлювальним джерелам енергії у XXI ст. (RenewableEnergyPolicyNetworkforthe21stCentury (REN 21)), Європейська асоціація фотоелектричної промисловості (EuropeanPhotovoltaicIndustryAssociation (EPIA))) основну увагу зосереджують на таких показниках, як обсяги введених потужностей за рік та загальна встановлена потужність на кінець відповідного періоду (року) [1, с. 18 – 20; 2, с. 47 – 50; 3, с. 17 – 24]. Британська нафтова компанія BP у своєму щорічному звіті наводить статистичну інформацію стосовно обсягів споживання електроенергії, що вироблена за рахунок використання фотоперетворювачів у окремих країнах світу[4].

Введення значної кількості нових потужностей у енергетичній галузі не свідчить про їхнє подальше ефективне використання. У багатьох країнах світу альтернативна енергетика розвивається за рахунок державної підтримки, а у випадку встановлення завищених «зелених» тарифів господарюючі суб'єкти можуть намагатися вводити додаткові потужності отримуючи, таким чином, додаткові кошти з державного чи місцевих бюджетів. У такому разі порівняння ефективності роботи сонячної

енергетики набуває актуальності, а використання досвіду країн-лідерів надасть можливості покращити роботу підприємств, що працюють у відповідній галузі в Україні.

Постановка завдання. Завданням статті є проведення порівняльного аналізу ефективності роботи сонячної енергетики у окремих країнах Світу. За результатами порівняльного аналізу необхідно виокремити країни-лідери, дослідити причини успішної роботи сонячної енергетики у цих країнах, вивчити можливості з перейняття позитивного досвіду підприємствами, що працюють у галузі сонячної енергетики України, обґрунтувати доцільність подальшого збільшення кількості обладнання, що використовується для виробництва електроенергії завдяки сонячному випромінюванню господарючими суб'єктами та окремими громадянами в Україні.

Методологія. Теоретичну основу дослідження складає метод порівняльного аналізу до визначення ефективності роботи сонячної енергетики на основі співставлення обсягів виробництва (споживання) електроенергії з обсягами встановлених потужностей. Методологічну основу становлять дослідження природного потенціалу територій (зокрема, інтенсивності сонячного випромінювання у різних регіонах Світу) та ефективності роботи існуючих перетворювачів сонячної енергії у електричну, статистичного дослідження, логічного узагальнення.

Результати дослідження. Більшість країн світу приділяє значну увагу розвитку альтернативної енергетики. До цієї групи входять, як розвинуті країни, так і країни, що розвиваються та країни з перехідною економікою. Так, наразі, членами IRENA є 140 держав Світу і ще 32 держави подали документи на вступ до цієї організації [5]. Інвестиції у розвиток різних напрямів альтернативної енергетики за підсумками 2014 р. (310 млрд дол.) зросли відносно попереднього року (268 млрд дол.) на 42 млрд, а за останнє десятиліття інвестування збільшилось у понад п'ять разів (у 2004 р. інвестовано 60 млрд дол.) [6]. Розглядаючи різні напрями альтернативної енергетики, слід зазначити, що майже половина інвестованих коштів (149,6 млрд дол.) надходить у сонячну енергетику (фотовольтаїка). На другій позиції була вітрова енергетика (99,5 млрд дол.), а на третій сектор Інтелектуальних енергетичних технологій (37,1 млрд дол.), що включає розумні мережі, зберігання енергії, підвищення енергоефективності, електричний транспорт. Сонячна енергетика у 2014 р. не лише випередила інші напрями альтернативної енергетики за загальним обсягом інвестицій вкладених у її розвиток, а й за темпами нарощування інвестицій (зростання на 25 % до попереднього року) випереджала інші напрями (вітроенергетика – 11 %, Інтелектуальні енергетичні технології – 10 %) та ринок альтернативної енергетики загалом (15 %) [7].

Проведемо порівняльний аналіз ефективності використання сонячної енергії на основі опрацювання статистичної інформації, що міститься у звітах EPIA [3], BP [4] та IRENA [8]. Основна увага у зазначених звітах зосереджується на введенні нових енергетичних потужностей за останній рік та на загальній потужності енергетики за окремими країнами і регіонами Світу. Так, у звіті EPIA наводяться статистична інформація про введення нових потужностей у сонячній енергетиці починаючи з 2000 р. та обсяг загальної встановленої потужності на кінець відповідного року за період 2000 – 2013 рр. [3, с. 17 – 19]. Аналогічна інформація наводиться по окремим країнам Європи [3, с. 21 – 24]. У звіті BP наводиться інформація стосовно споживання електроенергії, що вироблена за рахунок сонячних перетворювачів у окремих країнах та регіонах Світу [4]. У звіті IRENA приведено дані стосовно введених потужностей у 2013 р. та загальної встановленої потужності сонячної енергетики за підсумками 2013 р. у провідних країнах та окремих регіонах Світу [8, с. 47 – 50, 54, 76 – 77].

Аналізуючи загальні обсяги введених потужностей можна зробити висновки стосовно наявної потужності енергетики тієї чи іншої країни та розглядати можливість їхнього використання, але такий аналіз не дає відповіді на питання, наскільки ефективно використовується сонячна енергетика у певній країні чи регіоні Світу. Для проведення порівняльного аналізу ефективності використання сонячної енергетики необхідно співставити обсяги виробництва чи споживання сонячної енергії з наявною потужністю сонячних електростанцій (таблиця).

Отже, ефективність використання сонячних перетворювачів буде свідчити, який обсяг спожитої електроенергії (кВт-год/рік) припадає на одиницю встановленої потужності генеруючого обладнання (кВт). Теоретично цей показник може становити 8 760 кВт-год/кВт (24 год/добу помножити на 365 днів/рік). На практиці у сонячній енергетиці цей показник значно нижчий. Сонячне світло, що використовується для виробництва електричної енергії надходить до перетворювача лише у день. Існують дослідні зразки перетворювачів, які здатні виробляти незначний обсяг електроенергії в нічну пору, але розглядати їхнє комерційне використання, ще зарано. Також, певна кількість електричної енергії споживається на потреби самої сонячної електростанції, існують втрати в мережі та ін. У разі ділення отриманого результату на 8 760 кВт-год/кВт, який приймається за 100 %, отримуємо частку (відсоток) використання встановленої потужності.

Крім того слід зауважити, що окремі країни вводили значний обсяг потужності за останній рік. Наприклад Китай понад 60 % загальної потужності ввів лише за один 2013 р. Детальна інформація стосовно того, яка частина нових потужностей працювала протягом якого періоду часу у 2013 р. відсутня. Тож, для підвищення об'єктивності розрахунку, будемо вважати, що нові потужності вводились протягом року рівномірно. В такому разі від загальної встановленої потужності на кінець 2013 р. віднімемо половину нової встановленої потужності за 2013 р. і саме ці дані будемо використовувати у розрахунках.

Серед регіонів Світу лідируючі позиції за ефективністю використання сонячної енергетики займала Європа (1 121,5 кВт·год/кВт та 12,8 %). Другу позицію займала Північна Америка (952,2 кВт·год/кВт та 10,9 %), а третю – Азія (862,3 кВт·год/кВт та 9,8 %). Лідируючі позиції країн Європи зумовлені найбільш тривалим періодом розвитку сонячної енергетики, використанням набутого досвіду та застосуванням останніх зразків техніки і обладнання. В подальшому, ситуація буде змінюватись на користь інших регіонів Світу, оскільки значна кількість з них мають території з більшою інтенсивністю сонячного випромінювання ніж у країнах Європи. Зокрема, найкращі перспективи для розвитку сонячної енергетики мають країни Африки в районі Сахари та на півдні цього континенту, в центральній частині Південної Америки та на півночі Австралії, де інтенсивність сонячного випромінювання становить в діапазоні від 6-ти до 7-ми кВт·год/(м²·день) [9]. Інформація по іншим регіонам світу відсутня через початкову стадію розвитку сонячної енергетики у цих регіонах і не значний обсяг введених потужностей.

Таблиця.

Ефективність використання сонячної енергії у провідних країнах світу та Україні у 2013 р. (розраховано на основі [3; 4; 8])

Країна	Споживання електроенергії, млрдкВт·год	Нова встановлена потужність у 2013 р., МВт	Загальна встановлена потужність на кінець 2013 р., МВт	Ефективність використання, кВт·год/кВт	Частка використання встановленої потужності, %
Північна Америка	10,2	5 240	13 332	952,2	10,9
США	9,3	4 751	12 022	964,1	11,0
Канада	0,8	444	1 210	809,7	9,2
Мексика	0,1	45	100	1 290,3	14,7
Європа	83,6	10 240	79 662	1 121,5	12,8
Австрія	0,6	220	580	1 276,6	14,6
Бельгія	2,0	215	2 983	695,5	7,9
Болгарія	1,4	10	918	1 533,4	17,5
Чехія	2,1	88	2 160	992,4	11,3
Данія	0,5	153	532	1 097,7	12,5
Франція	4,6	613	4 632	1 063,5	12,1
Німеччина	30,0	3 305	35 948	874,8	9,99
Греція	1,9	1 043	2 579	923,5	10,5
Італія	22,4	1 461	17 600	1 327,8	15,2
Нідерланди	0,4	357	722	736,0	8,4
Португалія	0,4	52	278	1 587,3	18,1
Румунія	0,1	1 100	1 150	166,7	1,9
Словаччина	0,6	0	524	1 145,0	13,1
Іспанія	13,1	143	4 828	2 754,1	31,4
Швейцарія	0,5	300	740	847,5	9,7
Великобританія	2,0	992	2 892	834,7	9,5
Україна	0,6	293	612	1 074,1	12,3
Інші країни Світу	30,7	22 081	46 643	862,3	9,8
Австралія	3,6	848	3 255	1 271,6	14,5
Китай	11,9	11 300	18 300	940,7	10,7
Ізраїль	0,5	183	420	1 522,1	17,4
Індія	0,5	1 115	2 291	288,4	3,3
Японія	10,7	6 900	13 643	1 049,7	12,0
Південна Корея	1,7	442	1 467	1 364,4	15,6
Тайвань	0,3	170	376	1 030,9	11,8
Таїланд	0,9	317	704	1 649,9	18,8
Світ у цілому	124,8	37 561	139 637	1 032,6	11,8

Серед окремих країн лідируючу позицію за ефективністю роботи сонячної енергетики займала Іспанія (2 754,1 кВт·год/кВт та 31,4 %). Наступні позиції були за Таїландом (1 649,9 кВт·год/кВт та 18,8 %) та Португалією (1 587,3 кВт·год/кВт та 18,1 %). Ситуацію стосовно ефективності використання сонячної енергетики у країнах Європи проаналізуємо детальніше. Лідируючі позиції Іспанії пов'язані, в першу чергу, з високою інтенсивністю сонячного випромінювання. На переважній більшості території Іспанії інтенсивність сонячного випромінювання знаходиться в діапазоні від 3-х до 5-ти кВт·год/(м²·день), в той час, як на більшості території Європи, за виключенням окремих південних регіонів, цей показник знаходиться в межах від 1-го до 3-х кВт·год/(м²·день), у країнах Північної Європи не перевищує 1-ну кВт·год/(м²·день) [9]. Іншою складовою високого рівня ефективності роботи сонячної енергетики Іспанії є законодавчі особливості, що передбачають при спорудженні нових будинків обов'язкове встановлення певної кількості сонячних перетворювачів. У такому випадку вироблена електроенергія споживається самим виробником, на місці її виробництва. Відсутні втрати в мережах, що в електроенергетиці України становлять близько 20 %.

Показник України (1 074,1 кВт·год/кВт та 12,3 %) знаходиться трохи нижче середньо європейського рівня (1 121,5 кВт·год/кВт та 12,8 %), що є досить непоганим результатом. Зокрема, ефективність роботи сонячної енергетики України є вищою ніж у Франції (1 063,5 кВт·год/кВт та 12,1 %) та Греції (923,5 кВт·год/кВт та 10,5 %), що мають кращі показники інтенсивності сонячного випромінювання ніж Україна, а також Німеччини (874,8 кВт·год/кВт та 9,99 %) – загальносвітового лідера за встановленою потужністю сонячної енергетики. Такий результат ефективності роботи сонячної енергетики України обумовлений розміщенням сонячних електростанцій у південних регіонах, що мають більшу інтенсивність сонячного випромінювання ніж області центральної та північної України, а самі сонячні електростанції є потужними та сучасними об'єктами, які збудовані з використанням останніх технічних досягнень.

В подальшому в Україні доцільно розширювати використання, насамперед, невеликих сонячних електростанцій, що розміщуються на дахах та стінах будівель. Наразі прикладів успішного спорудження відповідних об'єктів надзвичайно мало. Такий розвиток забезпечить зростання енергетичної незалежності окремих регіонів та зменшення енергетичної залежності економіки України від постачання викопних паливних ресурсів з-за кордону. Розвитком великих (десятки чи навіть сотні МВт встановленої потужності) сонячних електростанцій доцільно займатись також, але вони не повинні розміщуватись на землях, які придатні для сільськогосподарського використання. Тобто, не призводити до зменшення сільськогосподарського виробництва в Україні, оскільки цей напрям за останні декілька років є провідним у розвитку української економіки.

Висновки. Науковою новизною є проведення порівняльного аналізу ефективності роботи сонячної енергетики у окремих регіонах Світу, провідних країнах та Україні. Серед окремих регіонів Світу найвища ефективність роботи сонячної енергетики зафіксована у Європі. Серед окремих країн найвища ефективність роботи спостерігається у Іспанії (2 754,1 кВт·год/кВт та 31,4 %), що обумовлено високою інтенсивністю сонячного випромінювання (від 3-х до 5-ти кВт·год/(м²·день)) та наявністю законодавчих вимог щодо використання сонячних перетворювачів при спорудженні нових будинків. Ефективність використання сонячної енергетики в Україні (1 074,1 кВт·год/кВт та 12,3 %) знаходиться на середньоєвропейському рівні, що зумовлено розміщенням сонячних електростанцій у південних регіонах країни з високою інтенсивністю сонячного випромінювання та застосуванням сучасних зразків техніки.

Отримані результати можуть бути використанні для більш детального аналізу показників ефективності роботи сонячної енергетики країн-лідерів, з метою вивчення їхнього досвіду і його подальшого використання на підприємствах сонячної енергетики України.

Подальші наукові дослідження при наявності відповідної інформаційної бази можна розділити на два окремих напрями. Перший – це порівняльний аналіз ефективності роботи сонячної енергетики на основі потужних об'єктів (десятки чи сотні МВт встановленої потужності). Другий – це ефективність роботи невеликих сонячних електростанцій, що розміщуються на дахах і стінах будинків, а вироблена електроенергія переважно використовується самим виробником. У першому випадку доцільним буде дослідження роботи окремих підприємств сонячної енергетики Німеччини, США, Іспанії. У другому випадку, насамперед, корисним буде досвід країн Європи, що мають порівнювану з Україною інтенсивність сонячного випромінювання (Чехія, Словаччина, Польща).

Література:

1. Renewable energy technologies: cost analysis series: Solar Photovoltaics. IRENA Secretariat. International Renewable Energy Agency (IRENA). – Abu Dhabi : IRENA Secretariat, 2012. – 52 p.
2. Renewables 2014 Global Status Report. Renewable Energy Policy Network for the 21st Century (REN 21). – Bonn : REN21 Renewables Academy. 2014. – 215 p.
3. Global Market Outlook For Photovoltaics 2014 – 2018. European Photovoltaic Industry Association (EPIA). – Brussels : EPIA. 2014. – 60 p.
4. BP Statistical Review of World Energy 2014 [Electronic resource] : Website BP. – Access to resources : http://www.bp.com/content/dam/bp/excel/Energy-Economics/statistical-review-2014/BP-Statistical_Review_of_world_energy_2014_workbook.xlsx.
5. IRENA membership [Electronic resource] : Website International Renewable Energy Agency (IRENA). – Access to resources: <http://www.irena.org/menu/index.aspx?mnu=cat&PriMenuID=46&CatID=67>.
6. Solar power drives renewable energy investment boom in 2014 [Electronic resource] : Website «The Guardian». – Access to resources : <http://www.theguardian.com/environment/2015/jan/09/solar-power-drives-renewable-energy-investment-boom-2014>.
7. Rebound in clean energy investment in 2014 beats expectations [Electronic resource] : Website «Bloomberg New Energy Finance». – Access to resources : <http://about.bnef.com/press-releases/rebound-clean-energy-investment-2014-beats-expectations/>.
8. Renewable Power Generation Cost in 2014. IRENA Secretariat. International Renewable Energy Agency (IRENA). – Abu Dhabi : IRENA Secretariat, 2015. – 164 p.
9. Глобальна карта сонячної енергії [Електронний ресурс] : Сайт Інженерні ідеї, ресурси, знання. – Режим доступу до ресурсу : http://www.vk-engineering.com/img/solar/g_solar_map.gif.

УДК 343.3:351.863

Охріменко О.О.*доктор економ. наук, професор***Бігун У.В.***Національний технічний університет України «КПІ»***ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ КРИЗЬ ПРИЗМУ
ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ****ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ УКРАИНЫ СКВОЗЬ
ПРИЗМУ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ****ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE THROUGH THE PRISM
OF THE ENERGY STRATEGY**

Розглянуто складові економічної безпеки країни. Виявлений зв'язок між економічною та енергетичною безпекою. Виділено компоненти економічної та енергетичної безпеки в Україні. Виявлено внутрішні та зовнішні загрози енергетичній безпеці. Дано оцінку енергетичному балансу країни у світлі політичних подій на Донбасі та в АР Крим. Проведено аналіз енергетичного потенціалу України у розрізі окремих видів енергії. Розкрито перспективи розвитку паливно-енергетичного комплексу країни згідно до умов Договору про входження до Енергетичного Співтовариства. Проаналізовано можливості для розвитку торговельних відносин українських і європейських газових трейдерів, згідно з правилами Третього енергетичного пакету. Дано оцінку Енергетичній стратегії України. Окреслено напрями розбудови енергетичної інфраструктури. Відображено шляхи узгодженості держаної політики енергобезпеки у всіх сегментах її впливу: добування і відновлення енергоресурсів, транспортування і розподіл, використання. Запропоновані основні напрями стабілізації економічної безпеки країни через удосконалення окремих положень Енергетичної стратегії.

Ключові слова: економічна безпека, енергетична безпека, енергетична стратегія, загрози, енергоносії, енергоемність, диверсифікація

Рассмотрены составляющие экономической безопасности страны. Выявлена связь между экономической и энергетической безопасностью. Выделены компоненты экономической и энергетической безопасности в Украине. Выявлены внутренние и внешние угрозы энергетической безопасности. Дана оценка энергетическому балансу страны в свете политических событий на Донбассе и в АР Крым. Проанализирован энергетический потенциал Украины в разрезе отдельных видов энергии. Раскрыты перспективы развития топливно-энергетического комплекса страны в соответствии с условиями Договора о вхождении в Энергетическое Сообщество. Дана оценка Энергетической стратегии Украины. Проанализированы возможности для развития торговых отношений украинских и европейских газовых трейдеров, согласно правилам Третьего энергетического пакета. Определены направления развития энергетической инфраструктуры. Отражены пути согласованности государственной политики энергобезопасности во всех сегментах ее влияния: добыча и восстановление энергоресурсов, транспортировка и распределение, использование. Предложены основные направления стабилизации экономической безопасности страны путем усовершенствования отдельных положений Энергетической стратегии.

Ключевые слова: экономическая безопасность, энергетическая безопасность, энергетическая стратегия, угрозы, энергоносители, энергоёмкость, диверсификация.

The components of economic security of the country are considered. The relationship between economic and energy security is revealed. The components of economic and energy security of Ukraine are selected. En internal and external threats to energy security are detected. The estimate of the energy balance of the country in light of political developments in the Donbas and Crimea is given. The energy potential of Ukraine in the context of certain types of energy is analyzed. Reveals the prospects of development of fuel and energy complex under the terms of the Treaty on the European Energy Community. The possibilities for the development of trade relations Ukrainian and European gas traders, according to the rules of the Third Energy Package are analyzed. The Energy Strategy of Ukraine is evaluated. The areas of building energy infrastructure are outlined. It's displaying ways consistency of state energy policies in all segments of its impact, energy extraction, transportation, distribution, use, recovery. The basic directions of stabilization of economic security by improving certain provisions of the Energy Strategy are proposed.

Keywords: economic security, energy security, energy strategy, threats, energy, energy consumption, diversification.

Вступ. У системі сталого розвитку енергетика виступає важливим фактором, що здійснює безпосередній вплив на виробничі відносини, соціальний розвиток суспільства, стан довкілля. Обмеженість енергоресурсів вимагає їх оцінювання у статусі фактора економічної безпеки та врахування при формуванні національних та підприємницьких стратегій. Концепція енергобезпеки, як доступність енергоресурсів для промислового та побутового споживання дістала широкого поширення у наукових працях. Разом з тим рушійною силою будь-якого процесу виступає стратегічне бачення, що вибудовує систему цілей та розробляє конкретні заходи, спрямовані на подолання проблемних ділянок у траєкторії досягнення результативних рішень.

Дослідженнями зазначеної проблематики охоплена ціла плеяда дослідників, практиків: Земляний М.Г. [1], Лойко В.В. [2], Микитенко В.В. [3], Прейгер Д.К. [4], Сабадаш В.В. [5], Суходоля О.М. [6].

Сутнісні аспекти енергетичної безпеки, її місце у системі економічної безпеки підняті у працях Лойко В.В., Микитенко В.В., Прейгера Д.К. [2-4], методичні підходи до оцінювання рівня економічної безпеки представлені у працях Земляного М. Г. [1]. Питання державного управління енергобезпекою, прикладних аспектів досягнення стратегічних цілей розкриваються у працях Суходолі О.М. [6]. Разом з тим у проведених дослідженнях не у повній мірі проведена ревізія співвідношення стратегічних цілей та енергетичного потенціалу країни.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є формування комплексу стратегічних цілей забезпечення мінімального і максимального рівнів енергетичної безпеки України з метою підвищення енергоефективності економіки та пошуку альтернативних постачальників енергоносіїв. Для досягнення зазначеної мети поставлені такі завдання: виділити компоненти економічної та енергетичної безпеки в Україні; виявити внутрішні та зовнішні загрози енергетичній безпеці; проаналізувати енергобаланс країни у світлі політичних подій на Донбасі та у АР Крим;

обґрунтувати заходи для підвищення енергетичної безпеки України, спрямованих на підвищення ефективності економіки в цілому.

Методологія. Методологічною основою дослідження є офіційні статистичні дані, звітні аналітичні дані, наукові праці. Для обробки зазначеної інформації використовуються методи: абстрагування, аналіз, синтез, опис, інтерпретація та інші.

Результати дослідження. Поняття економічної безпеки відображає рівень захищеності інтересів підприємства, держави, суспільства завдяки наявності достатніх ресурсів для задоволення базових та додаткових потреб. Звичайно, що для кожної групи стейкхолдерів компонентний склад та цілі економічної безпеки будуть відрізнятися.

Складовими економічної безпеки виступають: інвестиційна, інноваційна, фінансова, енергетична, зовнішньоторговельна, демографічна тощо. Оскільки рушійною силою прогресу є енергоресурси, то енергобезпеці відводиться вагоме місце у системі економічної безпеки.

Енергобезпека – це комплексне поняття, що охоплює декілька рівнів, а саме: політичний (енергонезалежність держави чи регіону), техногенний (шкода, завдану життю, здоров'ю, працездатності осіб, майну, навколишньому середовищу), економічний (цінова політика та стратегічні запаси енергоресурсів), соціальний (доступний енергоспоживання для населення).

Зупинимось на окремих компонентах економічної енергобезпеки України. Інтегрованість України у світогосподарські зв'язки продукує низку ризиків економічного, політичного, технічного, технологічного характеру. Відсутність дієвих кроків щодо структурної перебудови економіки призводить до високої енергоємності ВВП. Не зважаючи на те, що мають місце певні позитивні зрушення у цьому напрямі – енергоємність ВВП знизилася з 0,820 кг. у. п. на гривню продукції у 2003 р. до 0,613 у 2013 р., цей показник майже у 4 рази вищий ніж у країнах ЄС.

Згідно з дослідженням динаміки показника енергоємності ВВП України у цінах 2005 р., прийнятого за базовий, для усунення інфляційних впливів ВВП (рис. 1), бачимо, що даний індикатор не зменшувався нижче позначки 0,4 кг у. п./грн.

Україна є одним з найкрупніших споживачів газу в Європі. За даними 2013 р. загальний обсяг споживання склав 50,3 млрд. кубометрів. З них на потреби промислового сектору було витрачено 20 млрд. кубометрів. Ще 9 млрд. витратили на тепло генерацію.

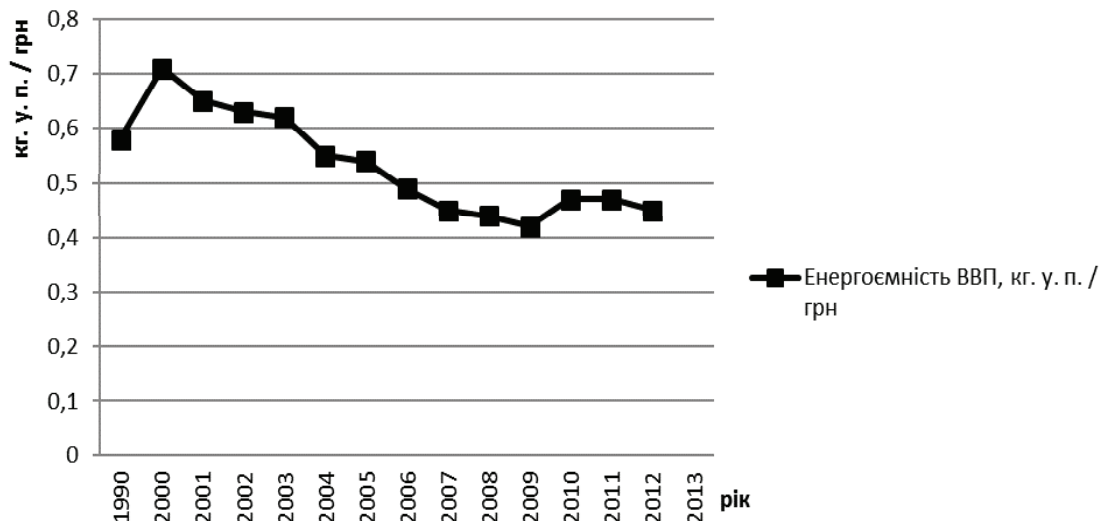


Рис. 1. Енергоємність ВВП України, кг у. п./грн. [7]

Окрім високої енергоємності ВВП України, її енергетичний сектор стикається з іншими великими проблемами, починаючи з високої залежності від імпорту дорогого викопного палива, таких як нафта і газ, до неефективної інфраструктури ринків.

Маючи 52 ГВт встановлених генеруючих потужностей, з яких у пікових ситуаціях використовується щонайбільше 32 ГВт, об'єднана енергетична система (ОЕС) України періодично не справляється з навантаженням і змушена закривати баланс за рахунок поставок електроенергії з Російської Федерації. Окреслені вище критичні моменти формують систему загроз енергетичній безпеці України та вимагають прийняття термінових та ефективних рішень (таблиця).

Система загроз енергетичній безпеці України

Внутрішні загрози	Зовнішні загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Недостатня забезпеченість викопними ресурсами, - Нераціональне використання енергоносіїв, що призводить до їх дефіциту; - Незадовільний технічний стан основних фондів, загрози аварій і тероризму на об'єктах ПЕК; - Соціальна напруга, викликана підвищенням цін на енергоносії, високою аварійністю виробництва на підприємствах ПЕК; - Недоліки державної енергетичної політики 	<ul style="list-style-type: none"> - Несприятлива кон'юнктура ринку; - Масштабні аварії на об'єктах ПЕК, викиди парникових газів; - Протириччя у геополітичних інтересах країн; - Відсутність продуманої диверсифікації серед постачальників енергоресурсів; - Політична нестабільність та військові конфлікти у зонах зосередження енергоресурсів

Складено авторами

Вище описаний комплекс загроз дає змогу дослідити стан енергетичної галузі і одночасно структурувати поняття енергетичної безпеки. На його основі нами запропоновано енергетичну стратегію гарантування енергетичної безпеки, сформовану у вигляді комплексу цілей забезпечення енергетичної безпеки у чотирьох напрямках діяльності: технічному, екологічному, економічному та геополітичному (рис. 2). Вертикальна стрілка вказує рівні енергобезпеки. Якщо мінімальним рівнем безпеки вважається зменшення споживання, то на вищих рівнях ми оперуємо такими критеріями як: розвиток, збалансування, підвищення, забезпечення, покращення тощо. Зміна якісного рівня оцінювання відповідає відповідним етапам стратегічного планування, о базується на поступовій реалізації усього спектру заходів, спрямованих на посилення енергетичної, а відтак економічної безпеки країни.

Відповідно, втілення запропонованих заходів сприятиме підвищенню рівня енергетичної безпеки як динамічної категорії і економічної ефективності використання енергоресурсів в довгостроковій перспективі, виходячи з внутрішніх потреб в них і використанні зовнішніх джерел.

В енергетичному балансі нашої держави за 2013 рік природний газ займав 34,8%, продукти вугільної промисловості, – 34,6%, а атомна енергетика, відповідно, – 19,2%. За офіційними енергетичними джерелами Україна має високий рівень залежності від російських постачальників: атомна енергетика, – близько 95 % поставок палива для українських АЕС здійснює російська паливна компанія «ТВЕЛ»; газ, – близько 60% газу щороку імпортувалось із Росії; вугільна промисловість, – в результаті бойових дій на Сході та окупації територій Луганщини і Донеччини втрачено понад 75% вугільного потенціалу, що змусило український уряд закуповувати вугілля в ПАР та оперативно переводити виробництво теплової енергії на альтернативні джерела та електроенергетику [8].

Тож проблема полягає в тому, що наша країна отримує основні обсяги вуглеводнів безпосередньо з одного джерела – Росії, або ж закуповувані енергоносії потрапляють в Україну транзитом через російську територію. Відповідно до міжнародної практики, таких незалежних один від іншого джерел повинно бути три-чотири, а прихильність поставок тільки до однієї країни криє в собі загрозу політичної незалежності в цілому.

Як зазначено в Аналітичній доповіді Центра Разумкова [12, с.2], вирішення проблеми енергоефективності в Україні нерозривно пов'язане з усуненням «сірих» схем міждержавної торгівлі енергоносіями, з відмовою від політики «дешевої робочої сили», з диверсифікацією джерел постачання газу.

При наявних генеруючих потужностях та розвиненій мережі електропередачі, Україна має тісну залежність від зовнішніх джерел постачання енергоресурсів.

Експерти констатують, що за умов політичної кризи, найчутливішою для України є енергетична сфера, де за найжорсткіших сценаріїв можливі такі дії Російської Федерації [13]: відмова від поставок природного газу через заборгованість за газ або невиконання контрактних зобов'язань; відмова від поставок нафти й нафтопродуктів країнами Митного союзу; відмова від поставок і зберігання відпрацьованого ядерного палива для АЕС і від паралельної роботи Об'єднаної енергетичної системи (ОЕС) України з енергосистемами країн СНД.

Оскільки розміщення електромереж України було спроектовано у системі кооперації Радянського Союзу, воно не дозволяє ефективно розподілити вироблену електроенергію.

У країні мають місце енергонадлишкові західні регіони та енергодефіцитні південні й південно-східні. Проектне навантаження електромереж складає 240 млрд кВт·год, проте вони ледь розподіляють 50 млрд кВт·год.

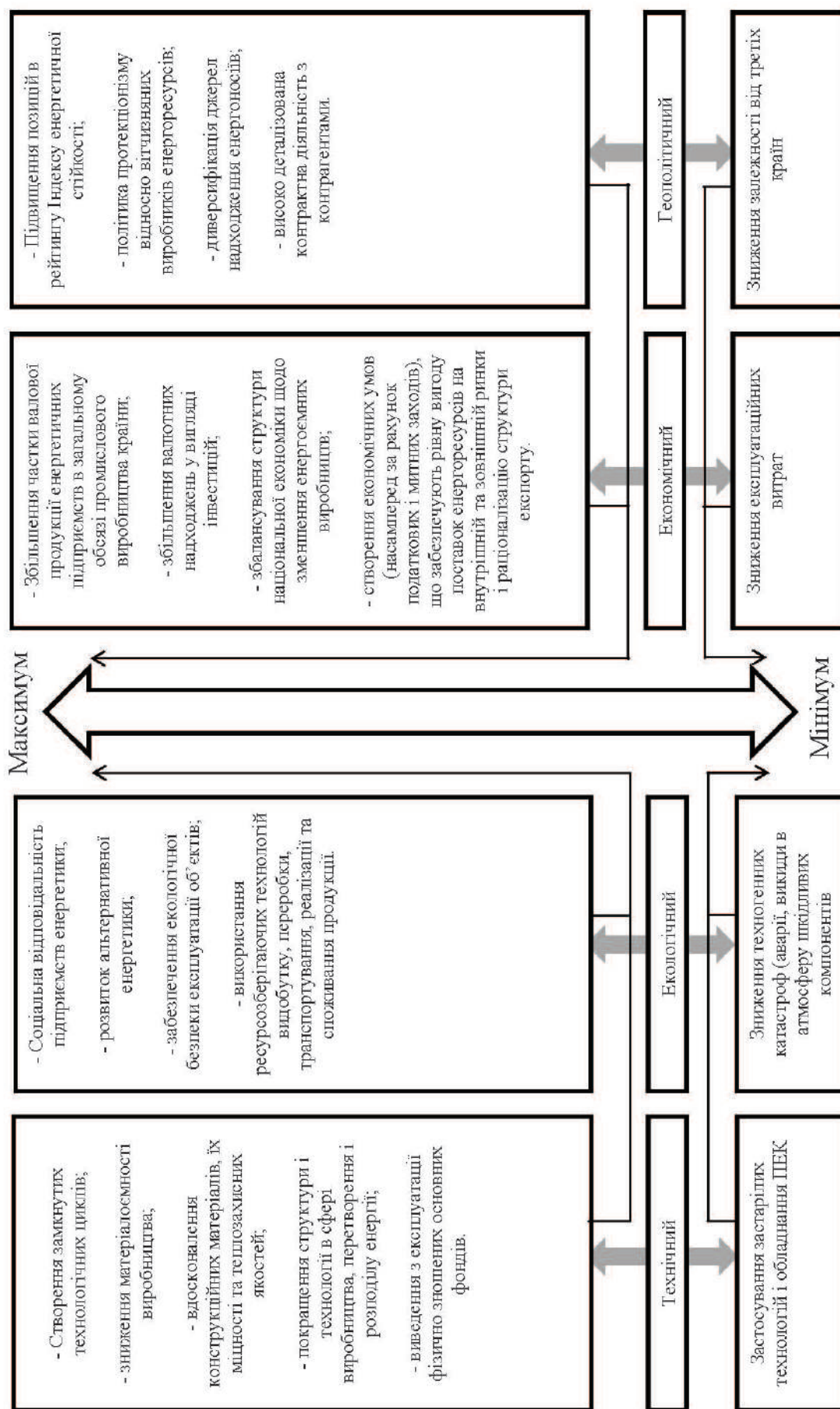


Рис. 2. Комплекс стратегічних цілей забезпечення мінімального і максимального рівня енергетичної безпеки України
Джерело: розроблено авторами на основі [9; 10; 11]

Надлишок базових і дефіцит маневрових потужностей (при потребі 15% є лише 8%) вимагає для регулювання функціонування енергосистеми використовуються енергоблоки теплових електростанцій (ТЕС), які для цього не призначені. Надпланові режими роботи призводять до прискореного зношення основних фондів ТЕС, яке на сьогодні складає близько 80%.

Власними паливними ресурсами для виробництва електроенергії генеруючі підприємства галузі забезпечені приблизно на 60%. Близько 40% ресурсів імпортується переважно з Росії (природний газ, ядерне паливо). З іншого боку, Україна має значний потенціал нафтогазових родовищ, які через відсутність інвестиційного капіталу не реалізується. Фонд виявлених перспективних на нафту і газ родовищ в Україні у 2013 р. нараховував 402 одиниці. Резервний фонд підготовлених до пошуково-розвідувального буріння структур в Україні становив 147 одиницю [14].

Вагоме місце в енергобалансі України відводиться вугіллю. Енергетичною стратегією України на період до 2030 р. передбачено зростання обсягів споживання вугілля до 98,7 млн. тон у 2015 р.; 107,6 млн. тон — 2020 р.; 130,3 млн. тон — 2030 р. Та його задоволення за рахунок збільшення власного видобутку без суттєвого збільшення обсягу імпорту [15].

Енергетична безпека країни, котра покладена в основу цілепокладання Енергетичної стратегії ставить перед собою завдання: розвиток конкурентних відносин на ринках енергоносіїв; лібералізація та розвиток конкурентних відносин на ринках енергоресурсів; збільшення видобутку та виробництва власних енергоресурсів; а також збільшення обсягів енергії та енергопродуктів, видобутих із нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії; диверсифікація зовнішніх джерел поставок енергетичних продуктів; створення умов для залучення до ПЕК приватних інвестицій, нових технологій і сучасного досвіду ефективної роботи та ін. Разом з тим викликають ряд питань такі дискусійні положення стратегії як то: задоволення попиту на основі середньорічного темпу зростання обсягів видобування вугілля на 71 % і природного газу на 115 %. З одного боку, таким чином Україна зможе зменшити обсяги імпортування енергоресурсів, а з іншого – порушуються основні принципи концепції сталого розвитку у частині дбайливого відношення до наявних природних ресурсів.

Сьогоднішня ситуація із добуванням та вивезенням вугілля із зони АТО (антитерористичної операції) зосередила увагу на стратегічних помилках, що були допущені при приватизації теплової генерації. У конкурсних умовах ключовою вимогою до претендентів було постачання українського вугілля на ТЕС. Це дало ДТЕК великі переваги і в результаті ця компанія отримала контроль над 67% теплової генерації. На думку експерта з енергетики, керівника Бюро комплексного аналізу та прогнозування С. Дяченко необхідно було диверсифікувати операторів, допустивши у даний сегмент діяльності стратегічних інвесторів, які мають можливість працювати на світових ринках [13].

Членство України в Європейському енергетичному співтоваристві вимагає досягнення 12% за рахунок альтернативних джерел до 2020 р. Разом з тим темпи розвитку даного сегменту енергетики дозволяють прогнозувати не більше 1,57% до 2030 р.

Проектом Енергетичної стратегії до 2035 р. передбачено оптимізацію структури енергетичного балансу держави виходячи з вимог енергетичної безпеки та забезпечення частки відновлюваної енергетики на рівні 20% (на період до 2035 р.). Судячи з приведеного прогнозного балансу, найбільшу питому вагу в альтернативному сегменті займатиме біоенергетика. Разом з тим, досягти в енергобалансі частки відновлювального джерел енергії 14,2 % до 2035 р. при нинішніх темпах технологічного оновлення буде вкрай важко.

Підписання Україною у 2011 р. Договору про входження до Енергетичного Співтовариства, відкрило перспективи для розвитку торговельних відносин українських і європейських газових трейдерів, згідно з правилами Третього енергетичного пакету. Це є частиною міжнародних зобов'язань країн-учасниць Енергетичного співтовариства, а відтак і обов'язковим для України, та набуло чинності 1 січня 2015 року. Поряд із імплементацією нормативно-правової бази ЄС, що регламентує питання функціонування паливно-енергетичного комплексу, захисту навколишнього середовища, забезпечення вільної конкуренції, активізації використання відновлювальних джерел енергії Україна виводить свою загальну економічну безпеку на новий рівень, що гарантується регламентами Енергетичного Співтовариства. Поступова реалізація реформ у сфері паливно-енергетичного комплексу сприятиме розширенню енергетичної інфраструктури, надійності постачання енергоносіїв, підвищенню енергоефективності, появі конкурентних відносин і на цій основі врегулюванню тарифної політики тощо. Зміна організаційної структури енергетичних компаній через їх розукрупнення має на меті розмежування функцій продавця та покупця електроенергії та на цій основі створення у майбутньому повноцінного ринкового сегменту єдиного енергоринку ЄС.

Функціонування ринків енергоресурсів у країнах ЄС базується на принципах конкуренції, вільному та прозорому ціноутворенні, диверсифікації постачань. Це допомагає мінімізувати ряд ринкових та політичних ризиків.

Рівень енергетичної залежності країн ЄС складає близько 50%. Дискусійні питання, пов'язані із підтриманням економічної безпеки та зменшенням залежності від зовнішніх постачальників знайшли своє відображення у Зеленій книзі «Європейські стратегії сталої, конкурентоспроможної та безпечної енергетики». При цьому енергетична політика ЄС базується на трьох основних цілях: сталість, конкурентоспроможність, безпека енергозабезпечення. Таким чином розвинені країни розбудовують енергетичну інфраструктуру з розумінням того, що політика енергобезпеки має бути узгоджена у всіх сегментах її впливу: добування енергоресурсів, транспортування, розподіл, використання, утилізація, відновлення.

На сьогодні ринок енергоресурсів України має достатньо високий рівень монополізації. Так частка незалежних газотрейдерів складає близько 13%. А сегмент їх діяльності обмежується середніми та дрібними промисловими споживачами.

Згідно з правилами Третього енергетичного пакету ЄС передбачається впровадження моделі TSO (Transmission System Operator) , що базується на відокремленні діяльності із транспортування і розподілу газу від постачання. Це дасть можливість незалежним трейдерам напряму укладати угоди з постачальниками та покупцями, формуючи конкурентні відносини. Споживачам гарантується вільний вибір постачальників газу, доступ до об'єктів інфраструктури, моніторинг безпеки постачання тощо.

Цільова модель ринку газу ЄС (Gas Target Model), що була затверджена у 2012 р. Європейським форумом регулювання газового сектору передбачає розподіл ринку на зони, у межах яких забезпечується вільна конкурентна торгівля газом на підставі укладання контрактів спот. Кожна ринкова зона контактуватиме з іншими, а постачальники платитимуть за входження у зону та організацію доставки газу кінцевим споживачам. Передбачається, що торгівля природним газом між зонами сприятиме ціновому вирівнюванню. Діяльність газових трейдерів вийде за межі національних ринків, спонукатиме до коригування цін та інвестуванню у розвиток інфраструктури.

Мазовець А. вважає, що слід налагоджувати державно-приватне партнерство у нафтогазодобувному секторі. При цьому одним із факторів привабливості для інвесторів є доступність геологічної інформації, приведення її у відповідність до міжнародних стандартів. Удосконалити процедуру доступу до геологічної інформації можна завдяки створенню стійкої геоінформаційної системи європейського типу, побудові цифрових науково-технічних геологічних карт і поширенню публікацій, зробивши цю інформацію доступною через Інтернет [14].

Не зважаючи на можливі катастрофічні наслідки використання ядерної енергії, сьогодні пильна увага має приділятися розвитку АЕС. Україна забезпечена ураном на 50-70 років. Сьогодні в Україні працює чотири АЕС, на яких діють 15 енергоблоків типу ВВЕР (водо-водяний енергетичний реактор) загальною потужністю 13880 МВт. За останнє десятиліття загальне щорічне виробництво електроенергії в Україні збільшилось, зросла й частка енерговиробітку на атомних електростанціях. Звичайно ми маємо тісну залежність від Російської Федерації, яка постачає збагачений уран. Для того, щоб збудувати АЕС за новими стандартами, орієнтованими на інших постачальників палива та інфраструктурних компонентів, знадобиться 15-20 років. Оскільки атомна енергетика знаходиться у державній власності, то її інтереси не любіються, на відміну від інших видів енергетики.

Експерти вважають, що сучасні атомні реактори не відповідають вимогам гарантованої безпеки, а радіоактивні відходи – вимогам екологічної чистоти. Ці аспекти відносяться до розряду пріоритетних при формуванні енергетичних стратегій ряду країн. Тому вихід вбачається у відродженні теплової енергетики на базі нафти, вугілля, сланцевого газу, біоресурсів.

Отже, підвищення рівня енергетичної безпеки України можливе на основі зростання: власного виробництва, у тому числі на основі розвитку альтернативних джерел енергії; диверсифікації зарубіжних постачальників з метою мінімізації політичних та ринкових ризиків.

Омельченко В. пропонує диверсифікацію шляхом: а) відновлення інтересу до скрапленого газу та LNG-терміналу, б) підтримки ініціативи Дональда Туска з переходу на єдині принципи ціноутворення в контрактах із «Газпромом», в) сприяння проектам «спільного інтересу» Енергетичного Співтовариства, будівництва інтерконекторів, г) розвитку альтернативної енергетики [16].

Науменко Д., на основі результатів оцінки Німецькою консультативною групою варіантів диверсифікації газопостачань пропонує наступні варіанти: 1) віртуальний реверс; 2) LNG-термінал (плаваючий та наземний); 3) «Білий потік» або хаб на Балканах; 4) нарощування власного видобутку; 5) скорочення споживання газу шляхом заміщення вугіллям [там само].

Диверсифікація джерел енергії, посилення транзитного потенціалу України та розвиток альтернативної енергетики потребують зваженої політики розвитку енергетичної інфраструктури. У стратегічному контексті є сенс розподілу інфраструктурних потреб галузі за такими напрямками:

1) Захист наявної енергетичної інфраструктури на випадок надзвичайних подій. Так у результаті військових дій на Сході України знищено та пошкоджено 1080 об'єктів енергетичного сектору. Оціночна сума, необхідна для відновлення системи енергоживлення в Донецькій області, становить за даними на лютий 2015 р. 476,6 млн. грн. (18,7 млн. євро);

2) Розбудова новітньої енергетичної інфраструктури відповідно до стратегічних планів розвитку різних сегментів енергетики. Так торгівля скрапленим газом потребує будівництва ЗПГ-терміналів для завантаження морських суден і терміналів регазифікації для постачання. Розвиток біоенергетики потребує формування системи логістичного забезпечення (інфраструктури) збирання біологічної сировини, маркетингу та транспортування до споживача тощо.

3) Модернізація газотранспортної системи України. За підрахунками компанії Mott MacDonald (Велика Британія), модернізація і реконструкція газо-транспортної системи обійдеться в 4,8 млрд. дол. протягом 7 років.

4) Розширення транскордонної інфраструктури у контексті реалізації заходів, передбачених Третім енергетичним пакетом. Європейське енергетичне співтовариство зацікавлене у залученні додаткових сховищ та транспортних мереж.

У вирішенні нагального питання посилення енергетичної незалежності України задіяні чимало провладних та бізнесових структур. У рамках узгодження різнопланових інтересів необхідно врахувати ряд стратегічних моментів:

- збільшення виробництва енергоресурсів з метою імпортозаміщення;
- створення стратегічних запасів вугілля, ядерного палива, нафти та газу;
- диверсифікація джерел постачання енергоресурсів;
- розвиток альтернативної енергетики;
- забезпечення автономної роботи об'єднаної енергосистеми України.

Разом з тим державна політика України у сфері енергетики характеризується неузгодженістю економічних та політичних інтересів на різних рівнях управління. Так проблемами енергоефективності профільні комітети та відомства почали перейматися тільки з настанням політичної кризи та коливаннями валютних курсів. Не узгоджені питання диверсифікації постачання енергоресурсів на основі співпраці з такими країнами як Азербайджан, Казахстан, Туркменістан, Алжир, Іран, країна Перської затоки тощо. Підвищення цін на енергоносії для населення здійснюється без врахування поточної ситуації, пов'язаної із падінням реальних доходів домогосподарств, а також відсутністю модернізації систем теплопостачання. Перелічені моменти не сприяють зміцненню економічної безпеки країни та породжують перекося у перерозподілі грошових потоків, що генеруються у результаті реалізації енергоресурсів. Тому коригування державної політики енергобезпеки має відбуватися шляхом узгодження національних інтересів і стратегії євроінтеграції у розрізі таких напрямів:

- добування та відновлення енергоресурсів: нарощування частки відновлювальних джерел енергії та заміщення традиційних;
- транспортування і розподіл: модернізація ГТС з метою нарощування та повного використання її потенціалу із залученням іноземного капіталу;
- використання: впровадження засад енергоефективності у всіх сферах споживання енергоресурсів шляхом залучення передових технологій та відповідної тарифної політики.

Тільки зважений підхід до вирішення критичних аспектів розвитку вітчизняної енергетики здатний продукувати результативність реформ.

Висновки. За умови політичної нестабільності роль та чутливість до загроз ПЕК, як гаранта економічної безпеки країни зростає. Поряд з іншими компонентами економічної безпеки, енергобезпека складає базис економічних відносин, створюючи умови для виробництва ВВП. Високий рівень залежності від зовнішнього постачання енергоносіїв стимулює розробку нових параметрів Енергетичної стратегії, спрямованих на диверсифікацію та розробку власних родовищ нафти, газу, вугілля, а також активізацію виробництва відновлювальних джерел енергії.

Науковою новизною даного дослідження є формування комплексу стратегічних цілей енергетичної безпеки України та їх оцінка на основі виділення забезпечення мінімального і максимального рівня безпеки. Такий підхід дає можливість окреслити першочергові цілі енергетичної стратегії та пов'язати їх з наявним енергетичним потенціалом країни.

Перспективи подальших наукових розвідок торгаються співвідношень рівнів економічної безпеки на рівні держави та на рівні енергогенеруючих підприємств, діяльність яких є стратегічно важ-

ливою для економіки в цілому та вимагає обґрунтованих науково-методичних підходів виявлення загроз та їх подолання.

Література:

1. Земляний М.Г. До оцінки рівня енергетичної безпеки. Концептуальні підходи/ М.Г. Земляний// Стратегічна панорама. – 2009. – № 2. – С.56 – 64.
2. Лойко В.В. Енергетична безпека в контексті економічної безпеки / В.В. Лойко // Ефективна економіка. – 2013. – № 1
3. Микитенко В.В. На чому базується енергетична безпека держави/В.В. Микитенко// Вісник НАН України. – 2005. – № 3. – С.41–47.
4. Прейгер Д. Енергетична незалежність як складова економічної безпеки: український вимір [Електронний ресурс] / Д. Прейгер. – Режим доступу: <http://eai.org.ua/magazine>.
5. Сабадаш, В.В. Енергетична безпека України: конфліктність геополітичного вибору [Текст] / В.В. Сабадаш // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 2. – С. 52–59.
6. Суходоля О.М. Досвід реформування ринку електричної енергії в Україні // Стратегічні пріоритети. 2014. - №1. – С.59–68
7. World Data Atlas [Electronic resource]. –Access mode: <http://knoema.ru/GESY2013/global-energy-statistical-yearbook-2013?tsld=1000%20030>
8. Потрійна енергетична залежність України // Інформаційно-аналітичний ресурс «Енергетичний ринок» . – 26.11.2014 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://energy-market.com.ua/enerhetychnyy-rynok/povnyu/analitika/potriyna-enerhetychna-zalezhnist-ukrayiny/>
9. Проблема энергетической независимости Украины и пути ее решения // Всеукраїнська експертна мережа – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=10951
10. Видобуток природного газу в Україні: проблеми та перспективи. Матеріали засідання Експертної ради з питань газової промисловості та ринку природного газу при Міненерговугілля від 23.04.2013 року. – Режим доступу: <http://www.ngbi.com.ua/Ekspertna%20Rada/vysnovky.pdf>
12. Альтернативи газозабезпечення України: скраплений природний газ (СПГ) та нетрадиційний газ. – Аналітична доповідь Центру Разумкова// Національна безпека та оборона. – 2011. – № 9. С.2–47.
13. Дьяченко С. Костюковський Б. Брат біля воріт, або Кримські виклики енергетичній безпеці. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geostrategy.org.ua/ua/component/k2/item/346-bkostyukovskiy-brat-bilya-vorit-abo-krimski-vikliki-energetichniy-bezpetsi>
14. Мазовець А. Енергетична безпека має базуватись на видобутку власного газу – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/amyzovets/article/14935.aspx>
15. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 липня 2013 р. № 1071–р.
16. Тороп В. Енергетична безпека України: час реформ настав. Огляд конференції «Енергетична безпека України: виклики геополітичної кризи» <http://ua.boell.org/uk/2014/06/12/energetichna-bezpeka-ukrayini-chas-reform-nastav-oglyad-konferenciyi-energetichna-bezpeka>

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

ОЦЕНИВАНИЕ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

EVALUATION OF LEVEL OF ECONOMIC SECURITY OF ENERGY COMPANIES IN CONDITIONS OF EUROINTEGRATION

Проблема методики оцінювання рівня економічної безпеки сучасних підприємств перебуває в процесі розроблення, що викликає необхідність її комплексного вирішення з урахуванням сучасних тенденцій розвитку підприємств, використання нових технологій та проблем, викликаних кризовими станами, що наразі існують. У статті пропонується власне бачення вимог, яким має відповідати методика оцінки рівня економічної безпеки підприємств, а саме: динамічність, репрезентативність, достовірність, інформаційна доступність та врахування найбільш важливих складових економічної безпеки для підприємства. Автором пропонується методика оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, а також індикатори, які дають можливість провести економічну оцінку наслідків впливу внутрішніх і зовнішніх факторів та загроз на економічну безпеку підприємства з урахуванням несприятливого ринкового середовища. Виокремлено дев'ять груп показників, що характеризують операційну, фінансову, інноваційну, управлінську, інтелектуальну, кадрову, правову, силову та екологічну компоненти економічної безпеки. Для досягнення мети дослідження запропоновано використовувати два види показників: узагальнюючий (інтегральний) показник та розширену систему локальних показників

Ключові слова: методика оцінювання, економічна безпека, євроінтеграція.

Проблема методики оценивания уровня экономической безопасности современных предприятий находится в процессе разработки, что вызывает необходимость ее комплексного решения с учетом современных тенденций развития предприятий, использования новых технологий и проблем, вызванных кризисными состояниями, которые сейчас существуют. В статье предлагается собственное видение требований, которым должна соответствовать методика оценки уровня экономической безопасности предприятий, а именно: динамичность, репрезентативность, достоверность, информационная доступность и учет наиболее важных составляющих экономической безопасности для предприятия. Автором предлагается методика оценки уровня экономической безопасности предприятия, а также индикаторы, которые дают возможность провести оценку последствий воздействия внутренних и внешних факторов и угроз на экономическую безопасность предприятия с учетом неблагоприятного рыночной среды. Выделены девять групп показателей, характеризующих операционную, финансовую, инновационную, управленческую, интеллектуальную, кадровую, правовую, силовую и экологическую компоненты экономической безопасности. Для достижения цели исследования предложено использовать два вида показателей: обобщающий (интегральный) показатель и расширенную систему локальных показателей.

Ключевые слова: методика оценивания, экономическая безопасность, евроинтеграция.

Problem methodology evaluation of the economic security of modern enterprises in the process of development which requires its comprehensive solution considering the current trends of enterprises

using new technologies and problems caused by crisis, which currently exist. In the article the its own vision of the requirements to be met by the method of estimating the level of economic security engineering companies, namely dynamic, representativeness, reliability, availability information and consideration of the most important components of economic security for the enterprise. The author of the method of evaluation of the level of economic security, as well as indicators that make it possible to carry out an economic assessment of the effects of internal and external factors and threats to the economic security of the company considering the unfavorable market environment. Author determined nine groups of indicators characterizing operational, financial, innovation, management, intellectual, human resources, legal, military and environmental components of economic security. For the purpose of the study is proposed to use two types of indicators: a synthesis (integral) indicator and extensive system of local indicators.

Key words: methodology of evaluation, economic security, European integration.

Вступ. Діяльність підприємства як складної соціально-економічної системи повинна ґрунтуватися на принципах економічної безпеки його розвитку. Проблематика оцінювання рівня економічної безпеки підприємств піднімалася у працях О. В. Камишнікової [1; 2], І. І. Нагорної [3], А. А. Кучеренко [4], З. В. Берези [5] та інших. Європейська економічна інтеграція надає нові можливості для українських підприємств, як учасників світової економічної діяльності. Проте входження України в європейський економічний простір може спричинити істотні соціально-економічні наслідки як позитивного, так і негативного характеру для енергетичних підприємств, які не виробили власної стратегії економічної безпеки. В умовах постійних економічних змін, наявності загроз як всередині, так і ззовні сучасного підприємства, необхідним є розроблення сучасної методики оцінювання економічної безпеки (далі - ЕБ) енергетичного підприємства, яка передбачає всебічне врахування впливу євроінтеграційних факторів та різноманітних аспектів його діяльності.

Постановка завдання. Основними цілями даного дослідження є : аналіз теоретичних підходів до формування методики оцінювання рівня ЕБ підприємства; виявлення євроінтеграційних факторів, що впливають на процес оцінювання ЕБ підприємства; формування власної методики оцінювання рівня ЕБ підприємства.

Методологія дослідження. Для досягнення поставленої мети було використано наступні методи дослідження : комплексний підхід, індуктивний та дедуктивний аналіз, логічне узагальнення.

Результати дослідження. Для оцінювання економічної безпеки підприємства важливо правильно розробити методику її проведення, що передбачає аналіз різних аспектів економічної діяльності підприємства, її підсистем. Крім того, аналіз повинен мати динамічний характер. Усе це зумовлює природа категорії економічної безпеки.

В науковій економічній літературі відсутній єдиний підхід щодо методики проведення оцінювання економічної безпеки підприємства, відповідно необхідним є формування переліку вимог, якому має відповідати методика оцінки рівня економічної безпеки вітчизняних підприємств, а саме:

1. Динамічність (врахування змінного середовища існування підприємства).
2. Репрезентативність (відображення найбільш суттєвих показників, що впливають на рівень економічної безпеки підприємства).
3. Достовірність (адекватність відображення стану складової безпеки).
4. Інформаційна доступність (використання під час розрахунку офіційних статистичних даних, звітності підприємства та публічних експертних оцінок).
5. Врахування найбільш важливих складових економічної безпеки для підприємства.

Кожна із запропонованих ученими методик цього напрямку оцінювання потребує аналізу й уточнення (табл.1).

Отже, нами було розглянуто існуючі моделі оцінювання економічної безпеки підприємства, кожна з яких має як переваги, так і недоліки. Разом з тим, неможливо достовірно оцінити стан економічної безпеки підприємства, не враховуючи економічні процеси та явища, які відбуваються в Україні і безпосередньо спричиняють вплив на рівень і компоненти економічної безпеки. Тому вважаємо за доцільне виділяти три групи факторів впливу на процес оцінювання рівня економічної безпеки підприємства в умовах євроінтеграції:

1. Євроінтеграційні фактори макrorівня, що охоплюють особливості місцерозташування України в центральній частині Європи:
 - економічні – курс національної валюти, рівень прибутків споживачів, інвестиційний клімат, рівень економічного добробуту країни;
 - політичні – політична стабільність в країні, діючий політичний режим, наявність політичної волі до прийняття необхідних реформ;

– правові – прозора податкова політика, адаптація нормативно-правових актів до законодавчої бази ЄС, законодавча підтримка власного виробника шляхом надання дотацій;

– соціальні – різноманітність потреб споживачів, готовність суспільства до структурних змін в економіці України з огляду на прагнення вступу в ЄС.

2. Євроінтеграційні фактори мезорівня, під якими ми розуміємо фактори впливу на енергетику в цілому:

– ринкові – ємність ринку, провідні машинобудівні підприємства, цінові детермінанти;

– наукові – нові наукові рішення, інновації, ноу-хау, винаходи та корисні моделі, освоєння виробництва нової продукції;

– технологічні – оновлення технологій, здатність сприймати нові технологічні тенденції ЄС.

3. Євроінтеграційні фактори мікрорівня, що охоплюють господарську діяльність енергетичних підприємств:

– фінансові – фінансовий стан підприємства, здатність самооновлюватися, виділяти кошти на нові проекти та інноваційні рішення;

– виробничі – автоматизація виробництва, стан матеріально-технічних ресурсів, послідовність технологічного ланцюжка;

– організаційні – система управління персоналом, кваліфікованість працівників, рівень організації виробництва;

– соціальні – мотивація та заохочення персоналу, відносини всередині підприємства, соціальна відповідальність підприємства;

– адаптивні – здатність швидко адаптуватися до нових вимог законодавства, готовність виділяти ресурси та робочу силу на втілення нових технологічних рішень;

– комунікативні – налагодження контактів та співробітництва з виробниками машинобудівної продукції країн ЄС, переймання досвіду успішних підприємств, встановлення зв'язків у довгостроковій перспективі.

Таблиця 1

Аналіз теоретичних підходів до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства

Автор (джерело)	Підхід до оцінювання рівня еб підприємства
С. Льяшенко [6, с. 16-22]	<p>Рівень економічної безпеки підприємства визначається на основі визначення рівня фінансової стійкості підприємства (за достатністю оборотних коштів для здійснення виробничо-господарської діяльності). Отримані показники характеризують п'ять рівнів фінансової безпеки: абсолютний (для функціонування підприємства достатньо власних оборотних коштів); нормальний (достатньо власних джерел формування запасів і покриття витрат); хиткий (власних оборотних коштів є недостатньо і залучаються середньо- і довгострокові позики та кредити); критичний (залучаються короткострокові кредити); кризовий (підприємства не можуть забезпечити фінансування діяльності ні власними, ні залученими коштами).</p> <p>Інтегральний показник рівня економічної безпеки підприємства визначається таким чином:</p> $Q = \sum_{i=0}^n \sum_{j=0}^n Sij$ <p>де Sij - індекс j-го показника в i-тій групі; KZi - коефіцієнт значущості i-тої групи показників; Kji - коефіцієнт j-го показника в i-тій групі; Kuj - коефіцієнт узгодження кількості показників для i-тої груп</p>
Ф. Євдокімов, О. Мізіна та О. Бородіна [7, с.6]	<p>Пропонується визначити рівень економічної безпеки підприємства на основі бальних оцінок, коли в основі визначення рівня безпеки лежать граничні значення показників та їх рейтинг. Якщо значення показника є вищим від нормативного, йому присвоюють перший клас; нижче від нормативного, але вище за критичне – другий; нижче від критичного – третій. Рейтинг показника визначається залежно від мети дослідження і важливості показника для обраного напрямку дослідження:</p> $B = \sum_{i=1}^n Pi \cdot Ki$ <p>де B - сума балів; Pi - рейтинг i-го показника, $i = 1, n$; Ki - клас i-го показника.</p>

Автор (джерело)	Підхід до оцінювання рівня еб підприємства
С. Міщенко [8, с. 106-129]	<p>Розраховується інтегральний показник економічної безпеки відповідно до ринкової вартості та економічної захищеності його капіталу:</p> $\hat{A} = \hat{A} \times E_1 \times E_2 \times E_3 \times E_4$ <p><i>ВП</i> – оціночна вартість підприємства з позиції економічної захищеності його капіталу, грн; <i>ВБАЛ</i> – скоригована середньорічна вартість майна підприємства, грн; <i>K1</i> – темп зміни чистих активів; <i>K2</i> – темп зміни рівня капіталізації прибутку (за цей показник пропонується використовувати чистий прибуток або прибуток до оподаткування, або величину грошового потоку), який спрямовується на розвиток бізнесу здійсненням інвестиційної діяльності; <i>K3</i> – темп зміни рівня ризику функціонування підприємства; <i>K4</i> – темп зміни показника ліквідності балансу.</p>
Гришко Н.Є. [9, с.67]	<p>Для оцінки рівня економічної безпеки підприємства використовується інтегральна модель оцінки рівня економічної безпеки підприємства за функціональними складовими (нерівнозначними у визначеній сукупності), яка базується на постулаті виділення функціональних складових у системі оцінювання економічної безпеки та процедурі нормування (стандартизації) відібраних показників, за формулою:</p> $I = b_1 \left(\frac{1Y + \dots + 1^n Y}{n_j} \right) + \dots + b_k \left(\frac{1_k Y + \dots + k^n Y}{n_k} \right)$ <p>де <i>y</i> - <i>ij</i> нормований <i>i</i>-й показник в <i>j</i> - ій сукупності; <i>n</i> - <i>j</i> кількість показників в <i>j</i> - ій групі; <i>k</i> - кількість груп показників; <i>b</i> - <i>j</i> вага <i>j</i> - і групи показників в балах (частках одиниці).</p>
Г.Козаченко, В.Пономарьов, О.Ляшенко [10]	<p>Пропонується визначати рівень економічної безпеки підприємства на основі бруто-інвестицій за формулою: <i>Ребп</i>=<i>Blt</i>/<i>It</i>, де <i>Blt</i> – бруто-інвестиції підприємства в році <i>t</i>; <i>It</i> – інвестиції підприємства в році <i>t</i>, необхідні для забезпечення його економічної безпеки. До складу бруто-інвестицій зараховують реінвестований прибуток поточного та майбутнього періодів, реінвестовані накопичення минулих років, амортизаційні відрахування. Розрахований показник коливається в межах від 0 до 1, причому 0 – найнижчий рівень економічної безпеки підприємства.</p>

Метою запропонованої нами методики оцінювання економічної безпеки підприємства є розрахунок і прогноз рівня економічної безпеки підприємства, виявлення і оцінювання факторів впливу на рівень кадрової, силової, фінансової складових економічної безпеки підприємств, визначення стратегій забезпечення ЕБ підприємства з урахуванням впливу факторів євроінтеграції.

У запропонованій методиці оцінювання економічної безпеки підприємства машинобудівної галузі (рисунком) на *першому етапі* необхідним є визначення об'єкта, суб'єктів, завдань оцінювання, компонент ЕБ, критерію та розроблення індикаторів і показників оцінювання.

Під **об'єктом оцінювання** нами пропонується розглядати рівень економічної безпеки підприємства, а під суб'єктами оцінювання – керівників підприємства (їх заступників).

Оцінювання економічної безпеки підприємства доцільно проводити щоквартально з метою постійного моніторингу його діяльності, підвищення конкурентоспроможності на ринку енергетики та підтримання здатності опиратися впливу внутрішніх та зовнішніх загроз у разі створення нового виду діяльності (нового продукту), зміни видів діяльності або підвищення ефективності діяльності підприємства тощо.

Забезпечення економічної безпеки підприємства викликає необхідність у розв'язанні ряду питань, серед яких особливого значення набуває визначення критеріїв, індикаторів та показників оцінювання ЕБ підприємства.

Обґрунтування критерію вибору методики оцінювання для підприємств вирішує питання, яким чином порівнювати між собою різні варіанти управлінських рішень з метою прийняття найбільш оптимального з них.

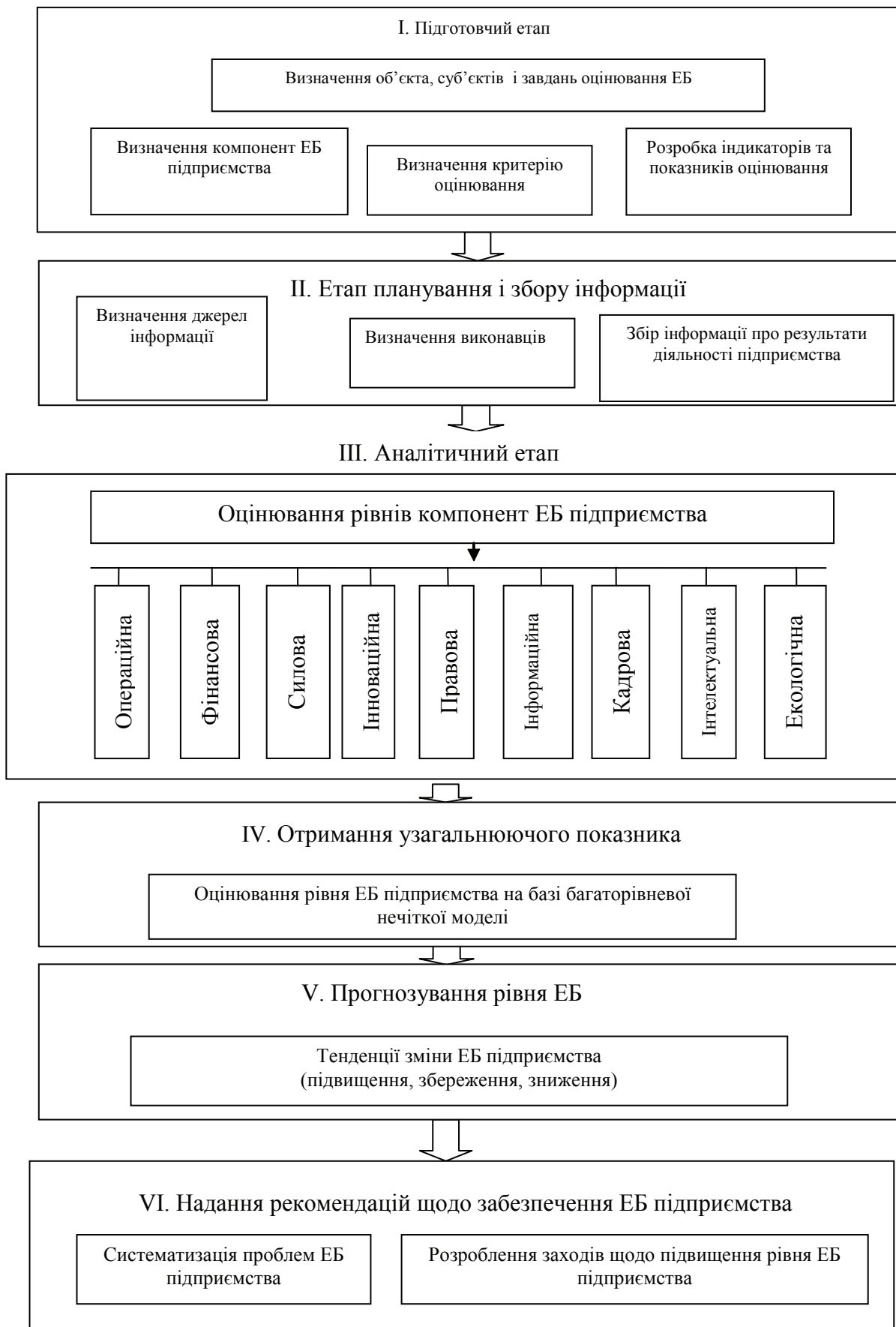


Рисунок. Методика оцінювання рівня економічної безпеки підприємства (розроблено автором)

Створення і впровадження індикаторів ЕБ підприємства має превентивну функцію у недопущенні переходу підприємства у загрозливий стан ЕБ. Вказані індикатори дозволяють своєчасно виявляти ознаки істотних відхилень від нормального стану ЕБ (шкала ЕБ). Нами пропонується оцінювати рівень ЕБ підприємства, використовуючи дев'ять груп індикаторів для кожної компоненти ЕБ (табл. 2).

Таблиця 2

Індикатори оцінювання економічної безпеки підприємства
(запропоновано автором)

Компонента	Індикатори
Операційна	Конкурентоспроможність Ефективність виробничих ресурсів Якість продукції
Фінансова	Фінансова свобода підприємства Свобода бізнесу Банкрутство
Інтелектуальна	Науково-технічні можливості підприємства Наявність патентів Підвищення кваліфікації персоналу
Кадрова	Якість працівників (грамотність, освіта) Здоров'я працівників Добробут працівників Соціальний захист працівників
Правова	Юридичне забезпечення діяльності підприємства Договірна робота Взаємовідносини з контролюючими органами
Інформаційна	Захист конфіденційної інформації Ділова розвідка Інформаційно-аналітична робота
Інноваційна	Здатність до створення інновацій Обсяг інноваційної продукції Ефективність від впровадження інновацій
Силова	Протидія рейдерству Безпека персоналу Безпека керівництва Система охорони приміщень та будівель
Екологічна	Рівень відповідності вмісту забруднювальних речовин на підприємстві нормативам Безпека життєдіяльності Умови праці на підприємстві Навантаження на навколишнє середовище Забруднення повітря в приміщеннях

Для досягнення мети дослідження пропонуємо використовувати два види показників: узагальнюючий (інтегральний) показник – для оцінки економічної безпеки підприємства; розширену систему локальних показників – для детального аналізу компонент і виявлення резервів ЕБ підприємства.

На другому етапі оцінювання рівня економічної безпеки підприємства відбувається планування та збір інформації, визначення виконавців та безпосередньо опрацювання інформації про результати економічної діяльності підприємства за декілька років. Дані збираються з метою вирішення окремої проблеми, отже, їх кількість повинна бути достатньою. Для оцінювання рівня ЕБ необхідним є аналіз діяльності підприємства протягом визначеного періоду, розгляд отриманих показників в динаміці, який дозволить більш повно й точно відобразити економічні процеси та явища і зробити обґрунтовані висновки.

Третій етап полягає в проведенні оцінки рівнів кожної компоненти економічної безпеки підприємства. Ґрунтуючись на статистичних усередненнях та експертних висновках для показників оцінювання компонент ЕБ підприємств використовуються так звані «порогові» значення кожної компоненти, що дає можливість визначити загальний рівень ЕБ підприємства.

Четвертий етап – оцінювання економічної безпеки підприємства на основі теорії нечітких множин і нечіткої логіки та виявлення загального рівня економічної безпеки підприємства.

П'ятим етапом є прогнозування рівня ЕБ підприємства і виявлення тенденцій його зміни в напрямку підвищення, збереження чи зниження.

На *шостому етапі* відбувається надання рекомендацій щодо забезпечення належного рівня економічної безпеки підприємства машинобудівної галузі: 1) систематизація проблем підприємства; 2) визначення стратегій подальшого розвитку підприємства; 3) надання пропозицій щодо застосування організаційно-економічних заходів забезпечення економічної безпеки підприємства з урахуванням впливу євроінтеграційних факторів в умовах нестабільного ринкового середовища.

Специфіка електроенергії як енергоносія зумовлюють **особливості забезпечення економічної безпеки** енергетичних підприємств, функціонування енергосистеми України та ринку електроенергетики в цілому:

- По-перше, процеси виробництва і споживання електроенергії є одночасними і безперервними. Ринок електроенергії нормально функціонуватиме винятково за умови, що постійно забезпечується баланс виробництва і споживання. Змінне навантаження призводить до необхідності оперативних заходів балансування, яке можливе при різних режимах роботи енергетичних потужностей: базових, які характеризуються постійною потужністю, та маневрових, які змінюють обсяг виробництва електроенергії. Маневрові потужності розподіляються на пікові (витримують максимальне навантаження) та напівпікові (здатні до помірних змін протягом доби).

- По-друге, фізично не можливо створити запаси електроенергії, що призводить до необхідності забезпечення резервів палива, потужностей та пропускної здатності електромереж. Величина резервів підлягає нормуванню, а витрати на їх підтримання відображаються у вартості електроенергії.

- По-третє, виникає складність у прогнозуванні споживання та виробництва електроенергії внаслідок коливань попиту залежно від низки чинників (часу доби, днів тижня, сезону).

- По-четверте, жорсткий зв'язок електроенергії та мережі передачі, що спричиняє втрати електроенергії під час її транспортування (довжина ліній зумовлює кількість втрат; припустимими вважаються втрати на рівні 4-5%, максимально можливими – 10% обсягу електроенергії). Зростання втрат електроенергії залежно від відстані зумовлює необхідність створення регіональних енергосистем, які є частиною ОЕС України. Проте мережеві обмеження є однією з головних перешкод при необхідності інтеграції регіональних ринків електроенергії.

Транспортування та розподіл електроенергії здійснюється магістральними мережами протяжністю близько 23 тис. км та розподільними (локальними) мережами (понад 890 тис. км повітряних і кабельних ліній). Магістральні електромережі перебувають в оперативному та технологічному управлінні ДП НЕК «Укренерго». Розподільні (локальні) мережі належать енергопостачальним (розподільним) компаніям різних форм власності, яких на цей час налічується 29 (25 «обленерго», компанії Київенерго, ТОВ «Луганське енергетичне об'єднання (ЛЕО)», ТОВ «Сервіс-Інвест» і ДП «РЕМ»). Ці компанії забезпечують транспортування і продаж електроенергії споживачам. Обладнання електромереж характеризується високим рівнем зношеності, що зумовлює значні витрати електроенергії на її транспортування [11, с.4-16].

- По-п'яте, застарілість обладнання призводить до неефективності роботи електростанцій (63,8% енергоблоків знаходяться за межею фізичного зносу; 27,8% наближаються до неї, а решта, 8,3%, – до межі розрахункового ресурсу). Найбільш критичною є ситуація у галузі теплової енергетики, оскільки основна частина ТЕС і ТЕЦ вводилася в експлуатацію в період до 1970 року. Залишковий робочий ресурс енергоблоків ТЕС становить 5-15 років, а деяких – лише 3-5 років [12].

- По-шосте, генеруючі підприємства забезпечені власними паливними ресурсами приблизно на 60%. Близько 40% ресурсів імпортується переважно з Росії (природний газ та ядерне паливо). ТЕС і ТЕЦ України використовують вугілля неналежної якості, що викликає значний рівень шкідливих викидів у довкілля, який перевищує нормативи ЄС від 5 до 30 разів.

Висновки. Таким чином, за результатами дослідження була запропонована методика оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, яка дає можливість провести економічну оцінку наслідків впливу внутрішніх і зовнішніх факторів та загроз на економічну безпеку підприємства з урахуванням несприятливого ринкового середовища, виділено особливості забезпечення економічної безпеки енергетичних підприємств України.

Науковановизнаодержаних результатів полягає у вдосконаленні методичного підходу до оцінювання рівня економічної безпеки енергетичних підприємств, який, на відміну від існуючих, враховує вплив євроінтеграційних факторів та факторів нестабільного ринкового середовища, що дозволяє визначи-

ти рівень економічної безпеки підприємства, проблемні сфери виробничо-господарської діяльності підприємств, які потребують прийняття управлінських рішень. Окрім того, набули подальшого розвитку пропозиції щодо оптимізації процесу оцінювання рівня економічної безпеки підприємств, які, на відміну від існуючих, дозволяють сформувати комплекс рекомендацій з урахуванням економічного стану підприємства. Напрями реалізації цих рекомендацій можуть стати предметом для подальших наукових досліджень. Результати дослідження можуть бути використані вітчизняними підприємствами під час процесу забезпечення необхідного рівня їх економічної безпеки.

Література:

1. Камышникова Э. В. Оценка уровня экономической безопасности машиностроительного предприятия / Э. В. Камышникова // Бизнесинформ. — 2009. — № 7. — С. 77–81.
2. Камышникова О. В. Методика оценки уровня экономической безопасности металлургического предприятия / О. В. Камышникова // Актуальные проблемы экономики. — 2009. — № 11(101). — С. 77–82.
3. Нагорна І. І. Оцінка стійкої економічної безпеки промислового підприємства / І. І. Нагорна // Економічний простір. — 2008. — № 19. — С. 243–255.
4. Кучеренко А. А. Оценка уровня экономической безопасности вагоностроительных предприятий Украины / А. А. Кучеренко // Бизнесинформ. — 2009. — № 7. — С. 81–89.
5. Береза З. В. Суть і складові економічної безпеки підприємства / З. В. Береза // Науково-теоретичний журнал «Наука й економіка» Хмельницького економічного університету. — 2009. — Вип. №4 (16). Т. 2. — С. 59–64.
6. Ильяшенко С. Н. Оценка составляющих экономической безопасности предприятия / С. Н. Ильяшенко // Науч. тр. ДонНТУ. — Донецк, 2002. - № 48. — С. 16-22.
7. Євдокимов Ф. І. Узагальнююча оцінка фінансової складової рівня економічної безпеки підприємства / Ф. І. Євдокимов, О. В. Мізіна, О. О. Бородіна // Екон. пр. ДонНТУ. — Сер. екон. — Вип. 47. — Донецьк : Вид-во ДонНТУ, 2002. — С. 6-12.
8. Мищенко С. Н. Система обеспечения экономической безопасности организации : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 «экономика и управление народным хозяйством» / Сергей Николаевич Мищенко ; [Донской гос. техн. ун-т]. — Ростов н/Д : [б. и.], 2004. — 197 с.
9. Гришко Н. Є. Формування оціночних параметрів складових економічної безпеки машинобудівного підприємства / Н. Є. Гришко // Вісник соціально-економічних досліджень. - 1 (48). - 2013. - с.67.
10. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія / Г.В. Козаченко В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко. — К.: Лібра, 2003. — 280 с.
11. Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Розумкова / Національна безпека і оборона. - №6 (135). — 2012.— С.4-16.
12. Аналіз регуляторного впливу до проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mpe.kmu.gov.ua/fuel/doccatalog/document?id=157299>.

Яровенко Т.С.

канд. економ. наук., доцент

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

TRENDS AND PROBLEMS OF EDUCATION DEVELOPMENT IN UKRAINE

У статті визначено основні сучасні тенденції розвитку суспільства в умовах глобалізації, які мають вплив на освітню сферу будь-якої країни. Результати аналізу стану освіти свідчать про наявність актуальних тенденцій розвитку, характерних світовому рівню освітньої сфери, та їх специфічних національних особливостей в Україні. На основі виявлених тенденцій можна робити висновки про хід економічних процесів у сфері освіти, розглядати перспективи й прогнозувати зміну показників її розвитку. Аналіз досліджень в цій сфері дозволив виявити проблеми, що стримують подальший розвиток освіти в Україні та знижують ефективність інвестування у цю сферу. Доведено, що вплив сукупності факторів викликає спільний ефект – зменшення потенціалу розвитку вітчизняної сфери освіти. Розроблена діаграма Ісікави демонструє ключові причини стримування прискореного інноваційного розвитку освіти в Україні. Сукупність виявлених проблем обумовлюють подальший розрив національної системи освіти з передовими, незадовільний потенціал її розвитку, низьку здатність до самооновлення та саморегулювання, відсутність сприятливих умов для прискореного інноваційного розвитку.

Ключові слова: освіта, тенденції, проблеми, розвиток, діаграма Ісікави.

В статье выявлены основные современные тенденции развития общества в условиях глобализации, которые имеют влияние на образовательную сферу любой страны. Результаты анализа состояния образования свидетельствуют о наличии актуальных тенденций развития, характерных для мирового уровня образовательной сферы, и их специфических национальных особенностей в Украине. На основе выявленных тенденций можно делать выводы о ходе экономических процессов в сфере образования, рассматривать перспективы и прогнозировать изменение показателей ее развития. Анализ исследований в этой сфере позволил выявить проблемы, которые сдерживают дальнейшее развитие образования в Украине и снижают эффективность инвестирования в эту сферу. Доказано, что влияние совокупности факторов вызывает общий эффект - уменьшения потенциала развития отечественной сферы образования. Разработанная диаграмма Исикавы демонстрирует ключевые причины сдерживания ускоренного инновационного развития образования в Украине. Совокупность выявленных проблем обуславливает дальнейший разрыв национальной системы образования с передовыми, неудовлетворительный потенциал ее развития, низкую способность к самообновлению и саморегулированию, отсутствие благоприятных условий для ускоренного инновационного развития.

Ключевые слова: образование, тенденции, проблемы, развитие, диаграмма Исикавы

The paper determines major contemporary trends in the development of the society in the conditions of globalization, which exert influence on the education of every country. The results of analysis of the state of education testify to the presence of current trends of development pertaining to the worldwide education development level, while displaying their specific national peculiarities in Ukraine. Resting on the determined trends it becomes possible to conclude on the course of economic processes in the sphere of education, consider the prospects and predict the changes in education development

indicators. Analysis of the scope of research in the sphere allowed defining the problems that withhold the education development in Ukraine and decrease investment performance for the sphere. Its proved that the impact of the combination of factors ensues in the cumulative effect of decrease in potential for domestic education sphere development. An Ishikawa diagram has been developed to demonstrate the key factors leading to the suppression of innovation-driven growth of education in Ukraine. A sum total of problems revealed stipulates a further breach between the national education system and its advanced counterparts, its overall unsatisfactory development potential, low capacity for self-upgrade and self-regulation, absence of favourable conditions for accelerated innovative development.

Keywords: education, trends, problems, developments, Ishikawa diagram.

Вступ. Зростання ролі освіти в умовах глобальних викликів зумовлено економічними та соціальними перетвореннями у сучасному світі, що вимагають організації якісно нової системи освіти, яка здатна забезпечити їх оперативну адаптацію до умов інноваційного розвитку.

При проголошенні незалежності Україна успадкувала достатньо розвинену систему освіти, яка за кількісними та якісними показниками відповідала рівню розвинених країн Європи та світу [1, с. 10]. Але на шляху до досягнення вітчизняною освітньою сферою сучасного інноваційного рівня існують перешкоди – певні проблеми, які стримують прискорений розвиток освіти в Україні. Вплив сукупності таких факторів викликає спільний ефект – зменшення потенціалу розвитку вітчизняної сфери освіти.

Проблеми й тенденції функціонування та розвитку освіти розглядалися провідними дослідниками, зокрема, І. Вакарчуком, Л. Ващенко, І. Гавришом, В. Євдокимовим, О. Коваленко, В. Кременем, О. Локшиною, В. Луговим, Т. Лукіною, О. Ляшенко, В. Мадзігоном, С. Ніколаєнко, О. Овчаруком, В. Олійником, П. Полянським та ін. У їх дослідженнях піднімаються ключові питання розвитку освітньої галузі, але багато проблем залишаються невирішеними через відсутність системного погляду на їх виникнення.

Виходячи з цього, особливого значення набуває системне дослідження світових та національних тенденцій в освітній сфері України, а також виявлення проблем, що негативно впливають на розвиток освіти, та їх причин.

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування основних тенденцій розвитку сфери освіти України в контексті загальноцивілізаційних викликів; виявлення і систематизація проблем, які стримують прискорений розвиток вітчизняної освіти, їх причин та наслідків.

Методологія. У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу для визначення: провідних глобальних тенденцій та їх впливу на українську освітню систему, особливостей національних тенденцій. Використано метод наукової абстракції, історичний й системний методи (діаграму Ісікави) для виявлення й систематизації проблем функціонування та розвитку освітньої сфери в Україні, їх причин та наслідків.

Результати дослідження. Результати аналізу стану та розвитку сфери освіти свідчать про наявність актуальних тенденцій, характерних світовому рівню освітньої сфери, та їх специфічних національних особливостей в Україні.

Так, основною світовою тенденцією є *зміна концептуальних підходів щодо місця освіти* у структурі національної економіки та переосмислення її ролі у забезпеченні економічного розвитку. Людина признається найвищою соціальною цінністю, що вимагає створення нового зразка її освіти. Освіта перестає бути видом невиробничого споживання, а стає «інвестицією в людський капітал», що приносить економічні (збільшення ВВП) та соціальні (зниження безробіття, бідності, злочинності, тощо) вигоди. Отже, в кінцевому рахунку зростання освітнього рівня стимулює економічне зростання, а розвиток освіти признаний основою суспільного прогресу. В Україні, як і у промислово розвинених країнах, цьому питанню в повній мірі приділяється увага на загальнодержавному та регіональних рівнях [2-4].

У сучасному світі відбувається *зміна змісту освіти та підходів до навчального процесу* (зокрема, *впровадження інноваційних підходів до навчання*). Освіта перестає трактуватися як досягнення певного рівня знань, а розглядається з позицій «неперервності протягом життя», що має на меті розвиток особистості, формування її духовності й культури, планетарного мислення. Замість традиційно-класичного підходу – рутинного засвоєння значних обсягів стандартизованої інформації, сучасна освіта застосовує компетентнісний підхід – заснований на оволодінні засобами безперервного самостійного набуття нових знань, який розвиває здібності та уміння адаптуватися до складних, швидкоплинних і непередбачених ситуацій. У навчальному процесі більше уваги приділяється самостійній роботі, рівноправним відносинам між педагогом і учнем.

Такі процеси відбуваються в Україні достатньо повільно, зокрема, у Державній національній програмі «Освіта» (Україна XXI століття) наголошено на наявності проблем оновлення змісту освіти й впровадження інноваційних технологій навчального процесу [2].

Постійне, швидке й значне зростання освітніх бюджетів (збільшення фінансування освітньої сфери) як з боку держави, так і з боку приватного сектору відмічаються у переважній більшості розвинених країн [5].

Підтримка розвитку освіти є пріоритетом державної політики та інвестиційно-привабливим об'єктом для приватних інвесторів практично всіх індустріально розвинених держав світу. Крім того, у тих країнах чи сегментах освіти, де державне фінансування все ж скорочується, воно компенсується за рахунок приватного інвестування [6].

Зростанням рівня фінансування за період 2000 – 2013 рр. відзначились й всі рівні вітчизняної освітньої системи [7].

Однією з глобальних тенденцій є кризові явища, що характерні світовій системі освіти, що викликано перш за все переходом суспільства з індустріального до постіндустріального стану. Слід відзначити, що освітянська криза у нашій державі була зумовлена не тільки глобальними, а й національними факторами.

Глобалізація та інтернаціоналізація освіти загально визнані світові тенденції, що передбачають:

– активізацію міжнародного (міждержавного, міжрегіонального) обміну, взаємодії та співпраці між суб'єктами освітньої сфери, створення єдиного (зокрема, європейського) освітнього простору, що надає можливість взаємозбагачення національних освітніх систем;

– інтернаціоналізацію змісту освіти, що розвиває планетарне мислення і свідомість, організацію процесу навчання відповідно до сучасних освітніх стандартів, нових інформаційних та навчальних технологій [8, с. 261].

Наслідком цих змін для України є уніфікація освіти, наприклад, вищої освіти через Болонський процес. Але слід зазначити, що попри глобалізацію освіта зберігає національну спрямованість, поєднання з історією і народними традиціями.

Збільшення чисельності осіб, що здобувають освіту спостерігається у більшості країн світу, що прогнозується й у подальшому. Така тенденція викликає феномен «надлишкової освіти» (*overeducation*), що є характерним для більшості розвинених індустріальних держав та характеризує ситуацію коли працівники з високою кваліфікаційною підготовкою виконують роботи, що мають нижчі кваліфікаційні вимоги. Наявність феномену свідчить про низьку якість освіти, нераціональне використання інтелектуального капіталу та велику частку осіб, що працюють не за спеціальністю підготовки.

Незважаючи на прискорений розвиток приватного сектора освіти, вона залишається сферою де за обсягом впливу переважає державний сектор, на який визначальний вплив мають національні традиції, державна й регіональна політика. Отже, конкурентні рейтинги навчальних закладів різних країн поки що мають доволі умовний характер та проблеми з порівнянням й відповідністю.

В Україні відкриття приватних навчальних закладів дозволяє певним чином розширити доступі громадян до освіти, але основою вітчизняної освітньої системи все ж залишаються державні та муніципальні установи, які обмежені в можливостях залучення приватних інвестицій та найчастіше програють у конкурентній боротьбі приватним.

Освіта розглядається як сфера економічної діяльності, яка у своєму розвитку підпорядкована законам ринкових відносин. Це зумовлює наявність неухильно зростаючих попиту, пропозиції на ринку освітніх послуг та конкуренції навчальних закладів, що вимагає підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Серед причин високих темпів зростання параметрів глобальної системи освіти фахівці називають збільшення кількості дорослих, що отримують додаткову освіту [6].

Так, вступ України до Світової організації торгівлі (2008 р.) означає прийняття її угод та домовленостей, у тому числі Генеральної угоди про торгівлю послугами, яка передбачає відкриття внутрішніх ринків загальноосвітніх послуг для міжнародної конкуренції. Але зростання обсягів наданих освітніх послуг не завжди супроводжується зростанням їх якості (що характерно й для вітчизняної освітньої сфери), а вимоги до знань абітурієнтів, учнів і студентів стають другорядними у порівнянні з фінансовими потребами навчальних закладів [2].

«Комерціалізації освіти», як світова тенденція, характеризується: зменшенням частки осіб, які навчаються за рахунок бюджетних коштів, зростанням кількості платних освітніх послуг, що в умовах зростаючої соціально-економічної диференціації суспільства не є позитивною тенденцією. Державна національна програма «Освіта» (Україна XXI століття) теж відмічає надмірну комерціалізацію освіти (особливо вищої), невідповідність рівня вартості освітніх послуг якості їх надання, а у ряді випадків, його необґрунтоване завищення [2].

Зростання наукоємності освіти та інтеграція «освіти – науки – виробництва» є загальноновизнаними позитивними тенденціями, які обумовлюють появу нових галузей знань (спеціальностей, навчальних дисциплін), їх інтеграцію і міждисциплінарність. Проте в Україні цей процес не характеризується активністю. Крім того відмічено й інші проблеми, зокрема, втрачено зв'язок наукової та педагогічної діяльності, науково-дослідних традицій, відповідної наукової бази [2].

Світова освітня система змінюється структурно на користь вищих рівнів – це є соціальним явищем, притаманним усім розвинутим країнам, що породжує феномен «масовізації вищої освіти». Частина осіб з вищою освітою значно перевищує частки інших освітніх рівнів (незалежно від показника ВВП на душу населення). При цьому вища освіта стає не просто засобом підготовки фахівців, що гарантує більшу конкурентоспроможність на ринку праці й збільшення доходів, а стає обов'язковим етапом розвитку особистості, показником інтелектуального рівня, соціальним статусом, запорукою збереження і зміцнення здоров'я, свободи життєвого вибору та необхідною умовою для працевлаштування.

В нашій країні й теж відчутні негативні наслідки такої тенденції: знецінення отримуваних кваліфікацій та падіння якості наданих освітніх послуг.

Прискорення процесу «встарівання» знань через пришвидшення оновлення технологій і техніки під впливом науково-технічного прогресу вимагає необхідності впровадження системи «безперервної освіти впродовж життя». Крім того, така тенденція обумовлює «інфляцію» професійних, а отже й освітніх стандартів, відмову від вузької професійної спеціалізації освіти, зміни співвідношення загальноосвітніх та вузькоспеціалізованих предметів, розширення набору інноваційних методів навчання та програм практичної підготовки фахівців.

«Безперервне навчання» й в Україні визначено одним з пріоритетів загальнодержавної політики, що відповідає світовим тенденціям [2-4].

Іншими актуальними тенденціями розвитку світової й національної освітньої сфери є: збільшення термінів навчання й підготовки кваліфікованих фахівців; впровадження нових телекомунікаційних моделей освіти; розширення академічних свобод, демократизація освіти, її гуманізація та гуманітаризація; підвищення транскордонної освітньої мобільності; зростання індивідуалізації освітніх маршрутів (начальних траєкторій), внутрішньої освітньої мобільності; розширення впливу громадської думки на прийняття управлінських рішень в освітній сфері, тощо.

Важливою передумовою й стратегічним етапом на ідейно-концептуальному рівні успішного вирішення проблеми є її правильна постановка, що дає змогу оперативно прийняти відповідне управлінське рішення. Інструментом системного аналізу проблеми доцільно обрати діаграму Ісікави, яка дозволяє визначити найбільш суттєві взаємозв'язки між чинниками (факторами) та наслідками при дослідженні розвитку сфери освіти.

Аналіз досліджень дозволив виявити причини та наслідки основних проблем, що стримують подальший інноваційний розвиток освіти в Україні та знижують ефективність інвестування у цю сферу (рисунок).

Всю сукупність проблем доцільно згрупувати за певними функціональними підсистемами сфери освіти, зокрема: забезпеченість абітурієнтами та доступність освіти; забезпеченість робочими місцями (для професійно-технічної та вищої освіти); результативність та ефективність освіти; її якість; законодавчо-нормативне, методичне, наукове, кадрове, фінансово-економічне, матеріально-технічне, соціально-психологічне, організаційне, інформаційне та інноваційне забезпечення навчального процесу.

Виявлені проблеми та їх причини обумовлюють подальший розрив вітчизняної освіти з передовими світовими системами, незадовільний потенціал її розвитку, низьку здатність до самооновлення та саморегулювання, відсутність сприятливих умов для прискореного інноваційного розвитку.

Висновки. Таким чином, виявлені в результаті аналізу тенденції надають уявлення про хід освітніх процесів у майбутньому та дозволяють розглядати перспективи сфери освіти, прогнозувати зміну показників. Розроблена діаграма Ісікави є засобом візуалізації та організації знань, який систематичним чином полегшує розуміння і кінцеву діагностику освітніх проблем; сприяє визначенню чинників, які спричиняють найзначніший вплив на проблему, задля попередження або усунення їх дії. Результати дослідження можуть служити в якості інформації для керівників органів державної влади і місцевого самоврядування, які опікуються питаннями розвитку освіти, задля розробки науково-обґрунтованої його стратегії.

Отже, існуюча сфера освіти України має значні потужності й науковий потенціал, що при вирішенні виявлених проблем можуть забезпечити прискорений інноваційний розвиток цієї сфери.

Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі є розробка та впровадження комплексної багатоваріантної інвестиційної політики, що, з урахування сучасних світових тенденцій, забезпечить інноваційний розвиток на різних рівнях освітньої системи України.

СТРИМУВАННЯ ПРИСКОРЕНОГО ІНОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

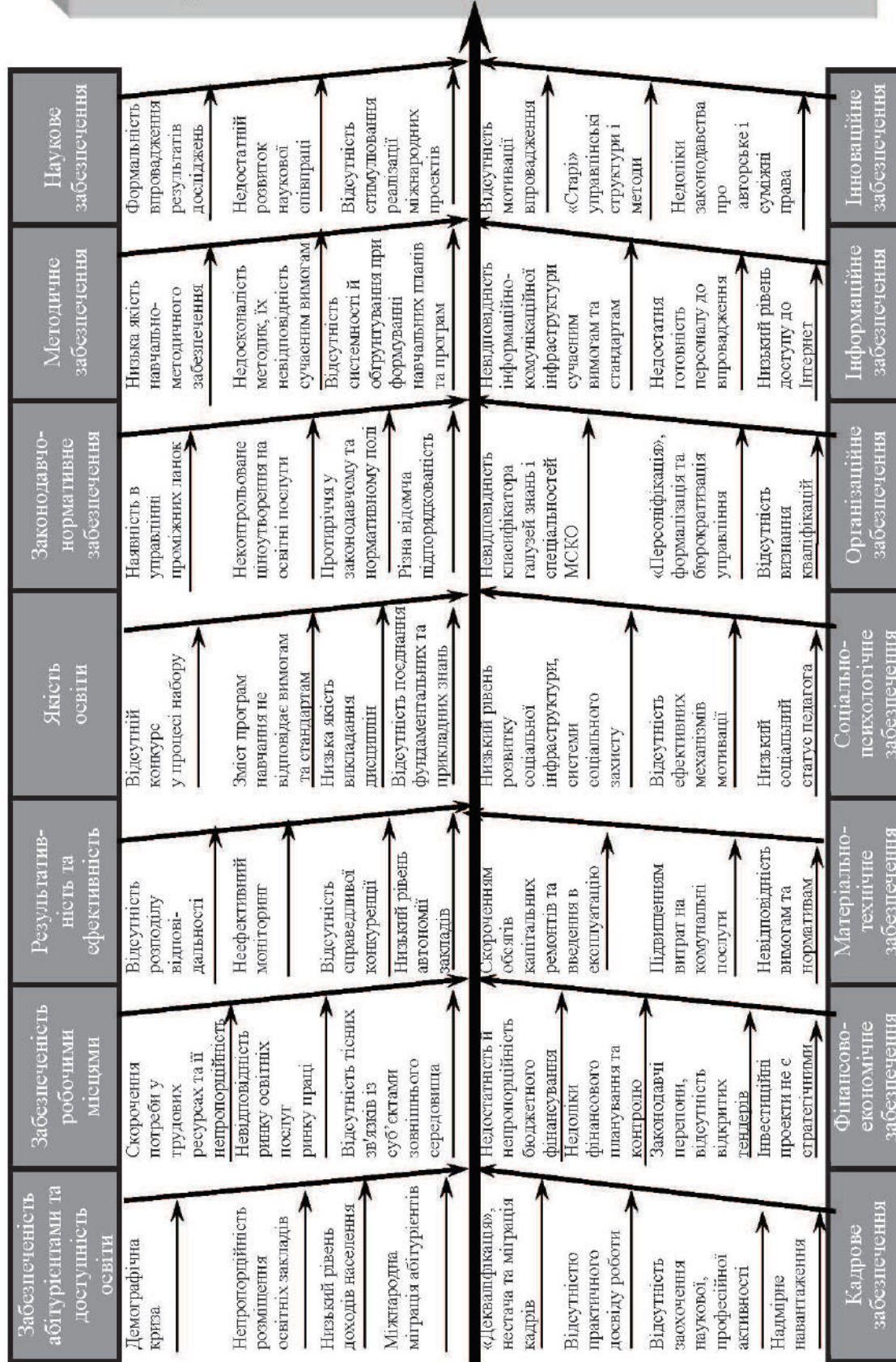


Рисунок. Причини стримування прискореного інноваційного розвитку сфери освіти в Україні (діаграма Ісакиви)
Джерело: розроблено автором

Література:

1. Ковальчук Р.Л. Законодавче регулювання якості вищої освіти в Україні: стан та перспективи розвитку / Р.Л.Ковальчук // Науковий вісник Чернівецького національного університету ім. Юрія Федьковича: зб. наук. пр. – Чернівці: Рута, ЧНУ, 2010. – Вип. 550. – С. 10-14.
2. Про Державну національну програму “Освіта” (Україна XXI століття) : Постанова Кабінету міністрів України від 03.11.1993 р. N 896 (із змінами N 576 (576-96-п) від 29.05.96) / [Електронний ресурс] / Сайт Верховної Ради. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=896-93-%EF>
3. Про Національну доктрину розвитку освіти : Указ Президента України від 17.04.2002 N 347/2002 [Електронний ресурс] / Офіційний вісник України. – 2002. – № 16. – 11с. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/347/2002/print1363267212303792>
4. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 р. : Указ Президента України від 25.06.2013 №344 / [Електронний ресурс] / Офіційний вісник України. – 2013. – № 50. – 18 с. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/15828.html>
5. European Commission. Eurostat. Education and training [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&rcode=tps00158&plugin=1>
6. Іщенко А. Ю. Глобальні тенденції і проблеми розвитку освіти: наслідки для України. Аналітична записка / А. Ю. Іщенко // Сайт Національного інституту стратегічних досліджень при Президентіві України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1537/>
7. Сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. Освіта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Матюх С.А. Вплив глобалізаційних процесів на формування освітніх послуг вищих навчальних закладів / С.А.Матюх // Вісник Хмельницького національного університету. –2014. – №3. – Том 2. – С. 259-263.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

УДК 338.45

Дьяченко О.А.**Артеменко Л.П.***канд. економ. наук, доцент**Національний технічний університет України «КПІ»*

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

ECONOMIC SECURITY OF INNOVATION ORIENTED ENTERPRISES IN TERMS OF EUROPEAN INTEGRATION

У статті розглянуто поняття економічної безпеки. Визначено роль економічної безпеки суб'єктів господарювання у підвищенні економічної безпеки держави в умовах євроінтеграції. Визначені поняття «інноваційно-орієнтоване підприємство» та «економічна безпека інноваційно-орієнтованого підприємства». Розглянуто структуру та оцінку рівня економічної безпеки інноваційно-орієнтованого підприємства. Визначено основні проблеми забезпечення економічної безпеки інноваційно-орієнтованих підприємств в умовах євроінтеграції. Акцентовано увагу на фактори впливу зовнішнього середовища на економічну безпеку інноваційно-орієнтованих підприємств будівельних матеріалів України. Виявлено коефіцієнти вагомості кожної з груп факторів, також було визначено імовірності негативного впливу груп факторів на економічну безпеку інноваційно-орієнтованих підприємств будівельних матеріалів. Представлено узагальнену графічну модель негативного впливу складових економічної безпеки інноваційно-орієнтованих підприємств будівельних матеріалів. Визначено, що одним із шляхів створення для недержавних підприємств передумов для економічного виживання за умов ринкових відносин є виявлення та нейтралізація загроз економічній стабільності підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, економічна безпека інноваційно-орієнтованого підприємства в умовах євроінтеграції, фактори прямого впливу зовнішнього середовища.

В статье рассмотрено понятие экономической безопасности. Определена роль экономической безопасности субъектов хозяйствования в повышении экономической безопасности государства в условиях евроинтеграции. Определены понятия «инновационно-ориентированное предприятие» и «экономическая безопасность инновационно-ориентированного предприятия». Рассмотрена структура и оценку уровня экономической безопасности инновационно-ориентированного предприятия. Определены основные проблемы обеспечения экономической безопасности инновационно-ориентированных предприятий в условиях евроинтеграции. Акцентируется внимание на факторы воздействия внешней среды на экономическую безопасность инновационно-ориентированных предприятий строительных материалов Украины. Выявлены коэффициенты весомости каждой из групп факторов, также были определены вероятности негативного влияния групп факторов на экономическую безопасность инновационно-ориентированных предприятий строительных материалов. Представлено обобщенную графическую модель негативного воздействия составляющих экономической безопасности инновационно-ориентированных предприятий строительных материалов. Определено, что одним из путей создания для негосударственных пред-

приятний предпосылкой для экономического выживания в условиях рыночных отношений является выявление и нейтрализация угроз экономической стабильности предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность, экономическая безопасность инновационно-ориентированного предприятия в условиях евроинтеграции, факторы прямого воздействия внешней среды.

The article identified the concept of economic security. Determined the role of economic security of enterprises in enhancing the economic security of country in terms of European integration. Determined the concepts of "innovation-oriented enterprise" and "economic security of innovation-oriented enterprises." Considered the structure and assessment of economic security of innovation-oriented enterprises. Determined the basic problems of providing economic security of innovation-oriented enterprises in terms of European integration. Attention is given to the factors of influence of the external environment on economic security of innovation-oriented enterprises of building materials of Ukraine. Discovered weight coefficients of each of groups of factors, also was determined the probability of the negative impact of group factors on economic safety of innovation-oriented enterprise of building materials. The generalized graphical model of the negative impact of the components of economic security of innovation-oriented enterprises of building materials. Determined that one of the ways for the creation of private enterprises prerequisites for economic survival in market conditions is to identify and neutralize threats to the economic stability of the company.

Keywords: economic security, economic security of innovation-oriented enterprises in terms of European integration, factors of direct influence of the external environment.

Вступ. Фундаментальною основою економічного розвитку держави є економічна безпека. Економічна безпека — це такий стан національної економіки, за якого забезпечуються захист національних інтересів, стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, здатність до розвитку та захищеність життєво важливих інтересів людей, суспільства, держави. Управління економічною безпекою держави – це система організаційних та інституційно-правових заходів впливу, спрямованих на своєчасне виявлення, попередження, нейтралізацію та ліквідацію загроз фінансовій безпеці держави. В умовах європейської інтеграції забезпечення фінансово-економічної безпеки держави має бути першочерговим завданням, з точки зору національних інтересів. Адже, сучасні тенденції глобалізаційних фінансово-економічних і соціальних процесів узагальнюють вимоги та характеристики ефективного економічного розвитку окремих суб'єктів світової економіки, в першу чергу – національних економік.

Необхідно зазначити, що в Україні лише протягом останніх років центральні органи державного управління звертають увагу на проблеми економічної безпеки держави. Однак ще не на належному рівні державні службовці вищого рівня усвідомлюють, що підвищення економічної безпеки держави полягає у зміцненні економічної безпеки окремих суб'єктів господарювання. Відповідно в Україні не прийнято жодного програмного документа стратегічного характеру у сфері економічної безпеки підприємництва. Це не відповідає практиці економічно розвинених держав світу, в яких підприємництво (особливо мале) є не тільки об'єктом державної політики, але розглядається як чинник національної безпеки.

Актуальність економічної безпеки в умовах євроінтеграційних процесів визначається необхідністю формування внутрішнього імунітету і зовнішньої захищеності від дестабілізаційного впливу та конкурентоздатності на світових ринках, а також стійкості фінансового становища.

В Україні питанню «економічна безпека підприємства» економісти почали приділяти увагу ще з 90-х років минулого століття. На сьогодні проблема економічної безпеки на підприємстві є досить актуальною та розглядається багатьма сучасними науковцями, серед яких: О.В. Березін [2], В.П. Василенко [3], О.С. Іванілов [4], Т.М. Іванюта [1], І.Н. Карпунь [5], С.Ф. Покропивний [6], Л.І. Шваб [7] та інші. На жаль, економічній безпеці інноваційно орієнтованих підприємств достатня увага не приділялася.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та систематизація факторів непрямого впливу зовнішнього середовища, встановлення ймовірності та вагомості впливу даних факторів на економічну безпеку інноваційно-орієнтованих підприємств будівельних матеріалів в умовах євроінтеграції.

Методологія. У роботі були використані такі методи дослідження: метод експертних досліджень (для оцінки вагомості та ймовірності впливу факторів на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів); графічний метод (для побудови графічної моделі); метод індукції і дедукції (для теоретичного узагальнення існуючих понять).

Результати дослідження. Інноваційно-орієнтоване підприємство є таким підприємством, яке здійснює інноваційну діяльність, планує її здійснення у майбутньому, і орієнтоване на отримання результатів діяльності переважно від виробництва та продажу інноваційного продукту. Таке підприємство можна розглядати як організовану мережу інноваційних процесів, формування якої здійснюється шляхом інтеграції потоків усіх видів за етапами виробничо-збутового ланцюга інноваційної діяльності – від постачальників первинної сировини до кінцевого споживача.

Під економічною безпекою інноваційно-орієнтованого підприємства (фірми, організації) розуміється стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів (у т.ч. його інноваційних потужностей та потенціалу), що дозволяє досягти стану захищеності від внутрішніх та зовнішніх економічних загроз та подальшого стійкого розвитку в умовах нестабільності національної економіки.

У зв'язку з новими умовами господарювання, які постійно змінюються під впливом НТП інноваційна складова стає однією з найбільш вагомих для забезпечення високого рівня економічної безпеки. Тому пропонується доповнити структуру економічної безпеки інноваційною складовою (рис. 1).

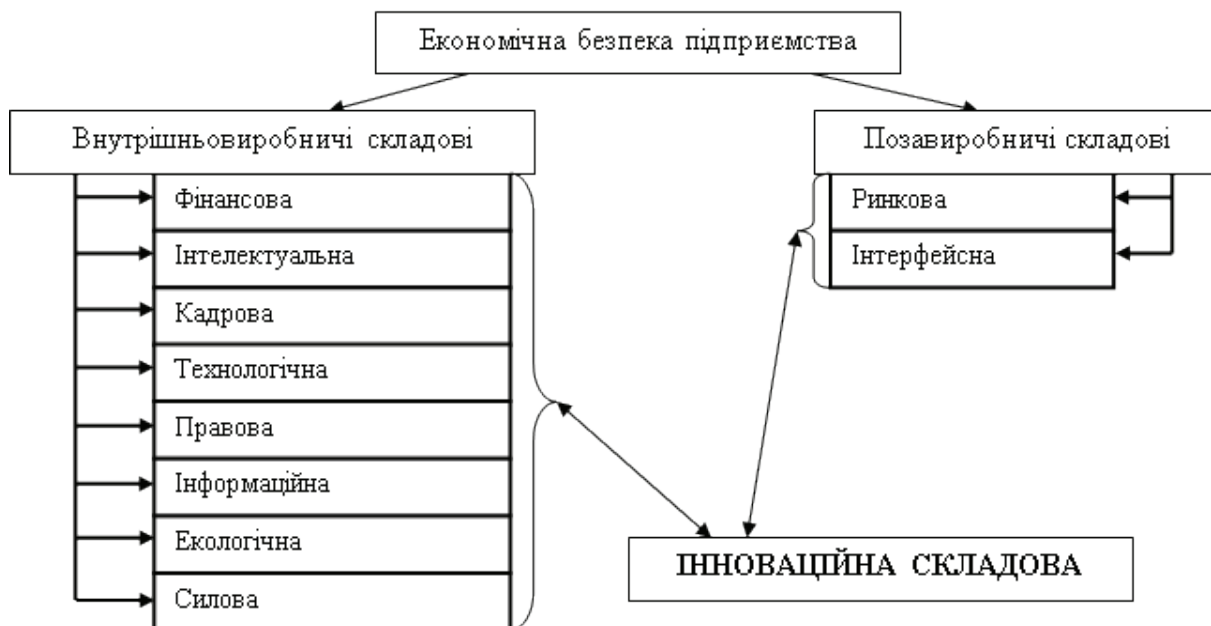


Рис. 1. Структура економічної безпеки інноваційно-орієнтованого підприємства (розроблено авторами)

Формування методики оцінки стійкої економічної безпеки підприємства потребує з'ясування визначеності з набором складових економічної безпеки підприємства, визначеності складу оціночних критеріїв складових економічної безпеки, а також їхньою градацією для різних рівнів безпеки. Проблема визначення рівня економічної безпеки підприємства є слабоструктурованою проблемою, яка має яскраво виражену ієрархічну, багаторівневу структуру. Складові економічної безпеки мають, як правило, якісні характеристики, що ускладнює використання формалізованих методів для їх оцінки.

Для оцінки економічної безпеки підприємств (ЕБП) пропонується велика варіативність моделей, методів та методик, систематизуючи які можна виокремити (рис. 2.): індикаторний підхід; ресурсно-функціональний підхід; програмно-цільовий підхід.

Важливим кроком у контексті загального реформування економіки є інтеграція в економіко-правове середовище України ринкових фінансово-господарських інструментів. До того ж українська економічна система ще й досі не націлена на інновації, що стримує зарубіжних інвесторів, зокрема з Євросоюзу. В Україні склалася не соціально-орієнтована модель ринкової економіки, а «олігархічний капіталізм», орієнтований на задоволення економічних інтересів великого капіталу. Нашій державі вочевидь доведеться пережити тривалий період політики перехідного періоду, змістом якого буде створення нової економічної та політичної моделі, здатної забезпечити конкурентоспроможність національної економіки. В цьому процесі Україні треба дуже обережно балансувати між вимогами СОТ і економічною безпекою країни, бо деякі реформи за вимогами СОТ можуть призвести до негативних наслідків у вітчизняній економічній і соціальній сферах.



Рис. 2. Підходи до оцінки рівня економічної безпеки підприємства
(складено авторами)

Однією з передумов успішного функціонування підприємства в умовах мінливого середовища є ефективне управління економічною безпекою суб'єкта господарювання. На етапі розробки підходів до управління економічною безпекою підприємств відбувається виділення факторів впливу на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів. При цьому слід враховувати, що в процесі функціонування підприємств будівельних матеріалів мають адаптуватися як до зміни факторів, що напряду впливають на безпеку функціонування так і до зовнішнього середовища, частка факторів якого опосередковано впливає на стійкість підприємства.

Вплив на безпеку функціонування підприємств будівельних матеріалів в умовах євроінтеграції мають наступні групи факторів:

- політико-правові фактори (зміни в політичній системі країни, зміни законодавства, зміни в податковій сфері, політична нестабільність, неефективність системи державного регулювання, високий рівень корупції тощо);
- кадрові фактори (відтік кадрів, плінність кадрів, фізичне старіння кадрів, їх знань, кваліфікацій; праця за сумісництвом);
- ринкові фактори (частка ринку, конкурентні позиції);
- науково-технічні фактори (низький ступінь інноваційних розробок в даній сфері, складнощі з впровадженням інновацій у життя, відсутність підтримки інноваційно-активних підприємств тощо);
- економічні фактори (стан економіки, рівень інфляції, інвестиційний клімат у країні, розвиток інфраструктури, умови залучення кредитів та зміни в кредитній системі, конкуренція на ринку будматеріалів, зміна цін на будівельні матеріали, нестача кадрів робітничих спеціальностей);
- екологічні фактори (рівень забруднення довкілля, зміна екологічного законодавства тощо);
- соціально-культурні фактори (зміна рівня життя населення, соціальна нестабільність);
- природні фактори (доступність та наявність ресурсів).

На основі проведеного експертного оцінювання підприємств будівельних матеріалів (ТОВ «Укрітарм», ТОВ «Арігонбуд», ТОВ «Агромат» ТОВ «Вессел-Груп») були виявлені коефіцієнти вагомості груп факторів, які слід враховувати в ході забезпечення економічної безпеки. Найбільш вагомою групою факторів є економічні (23% з усіх груп факторів). Це можна пояснити тим, що

економічна ситуація в країні в цілому та в окремих її регіонах є досить складною, в той же час, саме ця група факторів є вирішальною для більшості складових економічної безпеки підприємств будівельних матеріалів (фінансової, виробничої, ринкової, інноваційної).

На другому місці з коефіцієнтом вагомості 18% знаходяться політико-правові фактори, адже нестабільність у даній сфері, постійні законодавчі зміни значно знижують функціональну стійкість будівельного підприємства.

Вагомими є екологічні фактори (15%), науково-технічні (13%) та соціокультурні фактори (12%), адже від законодавства в сфері екології та охорони навколишнього середовища, швидкості протікання науково-технічного прогресу та соціальної нестабільності в країні залежить стійкість економічної безпеки підприємств будматеріалів.

В ході експертного опитування виявлено ступінь впливу кожної з груп факторів на економічну безпеку підприємств будматеріалів. Політико-правові фактори найбільше впливають на ринкову складову економічної безпеки підприємства (ступінь впливу 5 балів за 5-ти бальною шкалою). Трохи меншим є вплив політико-правових факторів на соціальну складову (4,5 балів) та фінансову стійкість (4 бали).

Група кадрових факторів найбільш суттєво може вплинути на соціальну стійкість (5 балів з 5-ти можливих). За оцінками експертів вплив цієї групи факторів на виробничу, організаційно-управлінську та інноваційну складові економічної безпеки підприємств будівельних матеріалів може скласти 4 бали за 5-ти бальною шкалою.

Ринкові фактори найбільше впливають на ринкову складову стійкості функціонування будівельного підприємства (5 балів). Суттєвим є ступінь впливу на інноваційну та фінансову складові стійкості функціонування будівельного підприємства (4 бали). Вплив науково-технічних факторів є найсуттєвішим за оцінками групи експертів для інноваційної складової безпеки (5 балів), виробничої (4,5 бали), ринкової безпеки (4 бали).

Економічні фактори є найвагомішою групою факторів впливу, який слід враховувати в процесі забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємств будівельних матеріалів. Ступінь впливу цієї групи факторів на всі складові економічної безпеки підприємства експерти визначили як надзвичайно-високий або високий (від 5 до 4 балів). Екологічні фактори відрізняються дещо меншим ступенем впливу на складові економічної безпеки, але все ж таки він лишається досить суттєвим (від 3,5 до 4,5 бали). Особливо екологічні фактори слід враховувати в процесі забезпечення виробничої, інноваційної та ринкової складових (по 4 бали).

Природні фактори для підприємств будівельних матеріалів впливають, перш за все на виробничу складову економічної безпеки підприємства. Саме для цієї складової експертами встановлено найвищу бальну оцінку ступеня впливу природних факторів – 4,5 балів. Що стосується соціально-культурних факторів зовнішнього середовища будівельних підприємств, то вони впливають найсуттєвіше на соціальну стійкість їхнього функціонування (4,5 бали), а також на виробничу та організаційно-управлінську складові (4 бали). Як показали усереднені оцінки ступеня впливу на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів найсуттєвішим є вплив з боку групи економічних факторів (4,71 бали), політико-правових факторів (3,93 бали), кадрових та науково-технічних факторів (3,86 бали). Суттєвим є вплив екологічних факторів (3,71 бали).

Методом експертних оцінок були визначені також імовірності негативного впливу груп факторів на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів. Як бачимо з даних таблиці, експерти досить високо оцінюють імовірність негативного впливу груп факторів на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів, яка коливається від 22 до 44%. Це свідчить про нестабільну ситуацію, в якій доводиться підприємствам будівельних матеріалів та ще раз підкреслює необхідність розробки та впровадження на них ефективної системи управління економічною безпекою. Найбільш імовірним є негативний вплив з боку економічних факторів (44%) та політико-правових факторів (41%).

Високу імовірність негативного впливу ринкових факторів (33%) можна пояснити нестабільним положенням нашої країни на світовому рівні, необхідністю нашої країни запроваджувати певні зміни, поступаючись іноді власними інтересами задля укріплення цього положення. Досить імовірним є негативний вплив науково-технічних та кадрових факторів зовнішнього середовища – по 31% та 32% відповідно. Це обумовлено демографічними процесами в нашій державі (скорочення населення, значні міграційні процеси тощо) та сповільнення протікання інноваційних перетворень в будівельній індустрії.

На основі оцінки ступеня впливу груп факторів та імовірності їхнього негативного впливу на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів будується графічна модель (рис. 3).

Імовірності негативного впливу груп факторів на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів

Складова економічної безпеки	Політико-правові фактори	Кадрові фактори	Ринкові фактори	Науково-технічні фактори	Економічні фактори	Екологічні фактори	Природні фактори	Соціально-культурні фактори
Виробнича	0,37	0,32	0,2	0,46	0,48	0,43	0,2	0,33
Організаційно-управлінська	0,31	0,41	0,22	0,22	0,4	0,24	0,2	0,37
Соціальна	0,46	0,35	0,31	0,2	0,41	0,22	0,19	0,46
Інноваційна	0,44	0,2	0,38	0,47	0,38	0,21	0,23	0,24
Фінансова	0,46	0,26	0,35	0,3	0,49	0,2	0,3	0,25
Інвестиційна	0,4	0,31	0,46	0,4	0,47	0,32	0,24	0,31
Ринкова	0,4	0,33	0,42	0,2	0,43	0,31	0,21	0,26
Загальна стійкість	0,41	0,31	0,33	0,32	0,44	0,28	0,22	0,32



Рис. 3. Узагальнена графічна модель рівня негативного впливу складових економічної безпеки підприємств будівельних матеріалів, %

Найсуттєвим є негативний вплив на економічну безпеку підприємств будівельних матеріалів економічних факторів, таких як економічна нестабільність, умови кредитування, інфляційний фактор. Ці фактори, при несприятливому перебігу подій здатні призвести до втрати близько 40% економічної безпеки підприємства. Це обумовлено тим, що дана група факторів чинить вагомий вплив практично на всі складові економічної безпеки підприємств будівельних матеріалів. На другому місці за ступенем впливу знаходяться політико-правові фактори, такі як нестабільність законодавства, зміни в податковій сфері, політична нестабільність, неефективність системи державного регулювання, високий рівень корупції тощо. Ці фактори можуть обумовити до 30% втрати загальної безпеки. Приблизно однаковим є вплив інших складових, окрім природних, вплив яких на економічну безпеку підприємств визнаний експертами як найнижчий. Однак навіть цей вплив є досить значимим і складає близько 15% загального рівня економічної безпеки.

Узагальнена модель негативного впливу факторів зовнішнього середовища на безпеку підприємств будівельних матеріалів доводить, що для підприємств, які прагнуть зберегти достатній рівень економічної безпеки, вкрай важливим є врахування в своїй діяльності впливу окремих функціональних складових економічної безпеки підприємства.

Спеціалісти з безпеки вважають, що одним із шляхів створення для недержавних підприємств передумов для економічного виживання за умов ринкових відносин та євроінтеграції є виявлення та нейтралізація загроз економічній стабільності підприємства, що і є суттю діяльності щодо за-

безпечення економічної безпеки інноваційно-орієнтованих підприємств, тобто стану їх стабільної діяльності, за якого реалізуються програми, забезпечується прибуток і захист від зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих чинників.

Механізм забезпечення економічної безпеки на підприємстві передбачає застосування заходів щодо її зміцнення, що представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Заходи зміцнення функціональних складових економічної безпеки

Складові економічної безпеки	Заходи зміцнення економічної безпеки підприємства
Фінансова	відмова від здійснення фінансових операцій рівень ризику яких є надмірно високим; відмова від продовження господарських відносин з партнерами, які систематично порушують контрактні зобов'язання; відмова від використання у великих об'ємах позикового капіталу; зменшення частки дебіторської заборгованості.
Інноваційна	управління інноваційною безпекою; збільшення частки інноваційних товарів та послуг у структурі товарів підприємства; збільшення частки інноваційних підходів до управління підприємством
Інформаційна	управління інформаційною безпекою; чіткий розподіл обов'язків, які повинні виконувати відповідальні особи з питань збереження інформації та її конфіденційності.
Силова	гарантування безпеки майна, капіталу та співробітників підприємства
Техніко-технологічна	розробка технологічної стратегії розвитку підприємства; використання лізингу; впровадження передового світового досвіду.
Кадрова	чітко сформульована організація системи управління персоналом; підвищення рівня охорони праці на підприємстві.
Інтелектуальна	підвищення кваліфікації працівників
Екологічна	збільшення капіталовкладень у ресурсозбереження
Інтерфейсна	активна участь у міжнародних виставках та семінарах; застосування рекламних заходів для збільшення споживачів.

Особливої уваги заслуговує представлення заходів підвищення економічної безпеки підприємства у розрізі саме функціональних складових, так як кожна з них потребує застосування різних заходів і мір відповідно до змісту та наявних проблем. Такий підхід ефективність обрання необхідних напрямків та заходів покращення економічної безпеки.

Таким чином, формування необхідного рівня економічної безпеки підприємства включає етапи: формування ефективних факторів виробництва (нового устаткування, кваліфікованої робочої сили і т.д.); виробництво продукції з урахуванням потреб ринку, підвищення її якості та дизайну; вибір надійних постачальників сировини, матеріалів, енергоносіїв; надійний захист власних комерційних таємниць; зміна, в разі необхідності, керівництва підприємства.

Висновки. Наукова новизна дослідження полягає в тому, що набуло подальшого розвитку визначення впливу факторів зовнішнього середовища на економічну безпеку інноваційно-орієнтованих підприємств будівельних матеріалів України, що дає можливість швидше ідентифікувати та попереджати проблеми, що можуть виникнути через найбільш загрозливі та впливові фактори.

До основних проблем забезпечення економічної безпеки інноваційно-орієнтованих підприємств в умовах євроінтеграційних процесів належить:

- критично низький показник рівня сприятливості економічного та правового підприємницького середовища, зокрема у рейтингах країн, які складаються провідними міжнародними економічними організаціями;

- низьке значення показника інтегральної оцінки більшості функціональних складників безпеки підприємництва;

- погіршення значень макроекономічного, зовнішньоекономічного, інвестиційного, інноваційного функціональних складників;

- незадовільні показники фінансового стану та ефективності функціонування підприємств;

- негативні тенденції щодо кількості діючих, новостворюваних підприємств та обсягів їх господарської діяльності;

– збільшення кількості кримінальних посягань, корупційних та дискримінаційних дій щодо підприємців і їх майна;

– низький рівень конкурентоспроможності та інноваційної активності підприємств.

Основними напрямками, яких слід вжити для забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах євроінтеграції: підвищення рівня поточної безпеки; забезпечення високого рівня прибутковості основної діяльності; забезпечення високого рівня ефективності використання ресурсів; забезпечення високого рівня ліквідності активів (оскільки низька ліквідність активів підприємства може спричинити втрату платоспроможності та його банкрутство впродовж наступного року або навіть місяця); покращення рівня науково-технологічного та інноваційного потенціалу.

Сформульовані у статті теоретичні узагальнення є внеском у теорію економічної безпеки суб'єкта господарювання, а саме визначення поняття «економічна безпека інноваційно-орієнтованого підприємства», що враховує доповнення традиційної структури та може використовуватися при розробці системи економічної безпеки на інноваційно-орієнтованому підприємстві.

Висновки щодо впливу факторів зовнішнього середовища на рівень економічної безпеки мають важливе практичне значення і поглиблюють методичну базу аналізу економічної безпеки для підприємств сфери матеріального виробництва. Подальші дослідження мають проводитися в напрямі удосконалення методів оцінки економічної безпеки інноваційно-орієнтованих підприємств, та адаптації їх до європейських норм та реалій українського підприємництва.

Література:

1. Коваленко Е.В. Обосновных угроз экономической безопасности предприятий в современных условиях хозяйствования / Е.В. Коваленко // Луганский национальный аграрный университет. – 2010 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvlnau/ekon/2010_16/kovalenko.pdf

2. Руснак Л.Р. Фактори загроз зовнішнього середовища економічної безпеки підприємства / Л.Р. Руснак // Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук «Економічна наука XXI століття: реалії та перспективи». - Наукова організація «Перспектива» .- 2013.- Част. II. – 125-129 с.

3. Паліга Н.Б. Механізми реалізації антикризової політики держави в будівельній галузі: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.03 / Н.Б. Паліга . – Класич . приват. ун-т. – Запоріжжя, 2009. – 20 с.

4. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – №10. – С. 178-181.

5. Шекшуєв О.А. Інноваційний розвиток будівельних підприємств як фактор підвищення стійкості та конкурентоспроможності / О.А. Шекшуєв // Науковий-технічний збірник. – 2009. – №87. – С.152-156.

6. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. д-ра. екон. наук/ Л.Г. Шемаєва. – К., 2010. – 39 с.

Кавтиш О.П.*канд. економ. наук, доцент
Національний технічний університет України «КПІ»*

СИСТЕМНА ПРИРОДА КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

СИСТЕМНАЯ ПРИРОДА КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

NATURE OF PERSONNEL SECURITY SYSTEM OF ENTERPRISE

У статті досліджено сутність кадрової безпеки підприємства на основі системного підходу. Розкрито її особливості у структурі економічної безпеки та згруповано функціональні елементи шляхом їх поділу на ті, які орієнтовані насамперед на відтворення і забезпечення нормальних умов діяльності персоналу, та ті, які закладають засади для підтримки стійкого функціонування і розвитку підприємства. У частині суб'єктів кадрової безпеки здійснено їх систематизацію на внутрішні і зовнішні, де серед останніх враховано міжнародні організації. При дослідженні об'єктів кадрової безпеки уточнено джерела і фактори загроз за характеристиками персоналу. Це забезпечило розуміння складної природи кадрової безпеки і її функцій, цілей, принципів у тісному взаємозв'язку з відповідними елементами надсистеми - економічної безпеки. Визначено фактори, які впливають на ступінь складності кадрової безпеки як системи.

Ключові слова: кадрова безпека, система, принципи, функції, структура, суб'єкти, об'єкти, вплив, загрози, фактори.

В статье исследована сущность кадровой безопасности предприятия на основе системного подхода. Раскрыты ее особенности в структуре экономической безопасности и сгруппированы функциональные элементы путем их разделения на те, которые ориентированы прежде всего на воспроизводство и обеспечение нормальных условий деятельности персонала, и те, которые закладывают основы для поддержания устойчивого функционирования и развития предприятия. В части субъектов кадровой безопасности осуществлено их систематизацию на внутренние и внешние, где среди последних учтены международные организации. При исследовании объектов кадровой безопасности уточнены источники и факторы угроз по характеристикам персонала. Это обеспечило понимание сложной природы кадровой безопасности и ее функций, целей, принципов в тесной взаимосвязи с соответствующими элементами надсистемы - экономической безопасности. Определены факторы, влияющие на степень сложности кадровой безопасности как системы.

Ключевые слова: кадровая безопасность, система, принципы, функции, структура, субъекты, объекты, влияние, угрозы, факторы.

This article explores the essence of personnel security on the basis of a systematic approach. Reveals its features in the structure of economic security and functional elements grouped by their division into those that focus primarily on reproduction and ensure normal conditions of staff, and those that lay foundations to support sustainable operation and development of the company. As part of the personnel security actors made their systematization internal and external, where in the past considered international organizations. In the study of objects of personnel security specified source and Hazards for personnel characteristics. This provided an understanding of the complex nature of security personnel and its functions, goals, principles in close relationship with the relevant elements economic security. Factors that influence the degree of complexity as security personnel system.

Keywords: *personnel safety system, principles, functions, structure, subjects, objects, influence, threat factors.*

Вступ. Світова статистика свідчить, що 80% збитків у матеріальній формі підприємствам завдає їх персонал. Починаючи з 2011 року кількість злочинів в наслідок дій персоналу сягнула 73% [1]. В Україні рівень корпоративного шахрайства вищий за показники розвинених країн і складає приблизно 13%. При цьому також спостерігаються і диспропорції у заходах щодо запобігання корпоративного шахрайства [2].

За низького рівня мотивації, імовірності звільнення, деструктивних зовнішніх впливів середовища тощо, персонал ще активніше може вдаватись до тіньових схем отримання доходів, розкрадання майна підприємства, підбурення до страйків та загалом завдання збитку у майновій чи немайновій формі, сам опиняється у ситуації загрози. В той же час, персонал може бути визначений і як найбільш вагомий ресурс, і носій можливості для підтримки на належному рівні усіх складових економічної безпеки підприємства, забезпечення його стійкості, конкурентоспроможності. Саме тому необхідність змін у кадровій політиці, як основу підтримки кадрової безпеки, відзначило 93% керівників провідних світових компаній [1].

Пошук напрямів вирішення питань запобігання економічній злочинності, порушенням зі сторони персоналу з одночасним вирішенням проблем підвищення його професійного і інтелектуального потенціалу, захисту від зовнішніх зловживань визначає необхідність глибокого та системного визначення природи кадрової безпеки, її змісту, основних складових та взаємозв'язків між ними.

Питанням сутності кадрової безпеки підприємства, аналізу загроз зі сторони персоналу та персоналу зі сторони параметрів середовища присвячено праці Кібанова А., Логвінової Н., Бурди І., Єременка А., Швеця Н., Чумаріна І., Лисенка М., Козаченка Г., Ареф'єва О., Литовченка О., Чаплигіної Ю., Поскрипка Ю., Отенка І., Преображенської Е., Мехеди Н., Жидецької Х., Живка З., Гнилицької Л., Герасименка О. та ін.

Постановка завдання. Метою статті є подальший розвиток теоретичних положень у сфері дослідження системної природи кадрової безпеки, розкриття особливостей її функціонування у структурі економічної безпеки підприємства.

Методологія. Теоретико-методологічну основу дослідження складають праці провідних вітчизняних та зарубіжних науковців з питань економічної і кадрової безпеки підприємства. На основі використання монографічного методу, методів наукової абстракції і узагальнення було обґрунтовано системну природу кадрової безпеки. Логічний і порівняльний методи, системний, ресурсно-функціональний підходи забезпечили поетапне уточнення структурних елементів кадрової безпеки, систематизацію та узагальнення її функцій, визначення суб'єктів та об'єктів, особливостей їхньої взаємодії із середовищем, принципів та властивостей.

Результати дослідження. Аналіз наукової літератури дає можливість систематизувати основні підходи до визначення кадрової безпеки підприємства. Основні з них представимо у табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності кадрової безпеки підприємства

Автор	Визначення
Кібанов А. [3, с. 214]	генеральний напрям кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з опрацювання цілей, завдань, що спрямовані на збереження, зміцнення і розвиток кадрового потенціалу, а також створення відповідального та високопродуктивного згуртованого колективу, який здатен вчасно реагувати на мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації
Логінова Н. [4, С. 375-376]	найважливіша складова економічної безпеки підприємства, яка має на меті виявлення, знешкодження, запобігання, відвернення та попередження загроз, небезпек і ризиків, які спрямовані на персонал та його інтелектуальний потенціал, і ті, які йдуть безпосередньо від нього, що повинно проявлятися в системі управління трудовими ресурсами та в кадровій політиці підприємства
Бурда І. [5, с. 89]	складова економічної безпеки підприємства, пріоритетним завданням якої є захист від загроз з метою створення умов для найефективнішого управління персоналом як визначального ресурсу для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства

Закінчення табл. 1

Автор	Визначення
Єременко А., Полозова Т. [6, С. 196-197]	стан корпоративних ресурсів і підприємницьких можливостей, за якого гарантується ефективне їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам; стан економічної системи, при якому відбувається ефективна взаємодія всіх її функціональних складових частин, яка забезпечує захищеність та здатність протистояти внутрішнім і зовнішнім впливам та загрозам, які пов'язані з персоналом, а також здатна здійснювати діагностику, змістовний та структурний аналізи і прогнозування впливу діяльності персоналу на внутрішні та зовнішні показники функціонування економічної системи
Швець Н. [7, с. 26]	процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства через ризики і загрози, пов'язані з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом
Кіріченко О. [8, с. 28]	правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом, вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, що їх регулюють, забезпечення необхідною інформацією усіх підрозділів управління персоналом
Ляшенко А., Криль Я. [9, с. 276]	сукупність соціально-економічних, управлінських, соціальних та психологічних процесів, скерованих на забезпечення діяльності підприємства від загроз, зумовлених людським чинником
Литовченко О. [10, с. 5]	особлива керована категорія, що визначається конкретними критеріями, функціональними складовими, а також може бути кількісно і якісно виміряна
Швайка Л., Жидецька Х. [11, С. 159- 160]	сукупність засобів (інструментарію), за допомогою яких адміністрація підприємства сприяє збереженню, зміцненню і розвитку персоналу для забезпечення ефективного функціонування організації та захисту від ризиків, пов'язаних з працівниками, що в сукупності має впливати на підприємство
Чаплигіна Ю. [12, с. 103]	складова безпеки підприємства, що є кількісно-якісною характеристикою стану захищеності інтересів підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз і ризиків, пов'язаних з персоналом та використання його людського, інтелектуального і соціального капіталу
Поскрипко Ю. [13, с. 12]	складова системи економічної безпеки підприємства, метою якої є ефективне економічне функціонування підприємства, ...повинна розглядатись через свою економічну сутність, виходити зі створення доданої вартості, додаткових цінностей ..., розглядатись у ланцюгу створення цінності, а також базуватись на процесному підході, бути інтегрованою у систему управління персоналом за рахунок мінімізації ризиків та попередження загроз, які пов'язані з ним та максимізацією його корпоративної соціально-економічної ефективності

Джерело: розроблено на основі [3-18]

Проведений аналіз вказаних підходів дає можливість дійти висновку про те, що кадрова безпека може розглядатись з позицій системного, процесного, ресурсного і функціонального підходів, а також як статична і динамічна категорія. Ці підходи, на наш погляд, не суперечать, а суттєво доповнюють один одного і дають можливість усебічного розгляду кадрової безпеки підприємства. За доцільне визначити, що базовим серед вказаних підходів має бути системний, оскільки саме він здатний забезпечити розуміння структури кадрової безпеки, її властивостей, закономірностей еволюції. Це, в свою чергу, становить основу розуміння природи процесів, які протікають у даній системі та підтримують її функціонування. У сукупності вони містять у собі ресурсну та функціональну складові, відображають їх статику (стан) та динаміку (розвиток).

Єдиного підходу до розуміння структури кадрової безпеки у науковій літературі на сьогоднішній день не представлено. Переважна більшість праць оперує функціональними структурними елементами для опису структури кадрової безпеки, закладаючи у основу цільове спрямування вказаних елементів. До таких варто віднести підходи Герасименка О. [13], Рудої Т. і Рудніченко Є. [15], Сліпої О., Мехеди Н., Маренич А. [16; 17]. Цікавою з точки зору аналізу нормативного забезпечення структурних елементів кадрової безпеки є класифікація, представлена Отенком І. і Преображенською Е. [18].

На наш погляд, вказані підходи досить близькі за визначенням структури кадрової безпеки за функціональними елементами, проте деякі з зазначених у них елементи дублюють один одного або ж відбувається їхнє значне дроблення, що ускладнює саму їх систематизацію, визначення взаємозв'язків між ними, практичне використання. В той же час, саме вони закладають засади не просто для визначення функціональних елементів структури, а і визначення ключових функцій, які реалізуються у процесі забезпечення кадрової безпеки. На їх основі та з урахуванням досліджень, присвячених даній проблематиці, можна представити наступну загальну структуру кадрової безпеки за її функціональними елементами (табл. 2.).

Таблиця 2

Структура кадрової безпеки підприємства за функціональними елементами

Кадрова безпека підприємства		
Під-системи	Елементи	Функціональне спрямування
безпека життєдіяльності	безпека здоров'я	діагностування, аналіз, контроль, розробка заходів щодо попередження, недопущення, зменшення впливу ризиків внутрішнього та зовнішнього середовища, які можуть негативно вплинути на складові здоров'я персоналу (фізичного – пошкодження організму; психічного - порушення психічних процесів; духовного – розлади свідомості; соціального – соціальна розбалансованість, відчуженість тощо), а також прогнозування їх впливу в майбутньому;
	безпека праці	розробка, реалізація, контроль заходів безпеки діяльності, а також формування відповідних умов праці, правил, принципів, методів їх дотримання з урахуванням найкращої практики;
соціально-мотиваційна безпека	фінансово-соціальна безпека	розробка основних положень та принципів оплати праці, контроль за їх дотриманням, прогнозування можливостей удосконалення відповідно до потреб, інтересів, цілей, мотивів і можливостей; розробка заходів щодо забезпечення соціального пакету для персоналу, участі у прибутках та акціонерному капіталі, отримання на пільгових умовах товарів підприємства, пільг та компенсацій, не пов'язаних зі стандартними умовами праці тощо, а також контроль їх виконання, прогнозування можливостей підтримки чи розширення; пенсійні гарантії; гарантії на випадок втрати працездатності тощо;
	кар'єрно-професійна безпека	створення, забезпечення, регламентація, контроль та відслідковування умов професійного зростання персоналу шляхом запровадження різних форм навчання, атестації, гарантування кар'єрного просування персоналу, розробка відповідних програм, графіків; координація кар'єрного та професійного зростання; аналіз взаємозалежності професійних та кар'єрних параметрів;
	психолого-кліматична безпека	комплекс заходів щодо формування, підтримки та розвитку відносно стійких психологічних настроїв та типів поведінки, які формуються на основі психічного відображення умов життєдіяльності у процесі міжособистісної взаємодії членів трудового колективу (адаптації і соціалізації, умов праці і відпочинку, характеру праці, модальності, ієрархії цінностей та способу її донесення, форм протидії конфліктам, включеності у соціально-психологічний клімат підприємства, відношення до стилю керівництва та ін.)
	технологічна безпека	планування, організація забезпечення, координація, контроль та аналіз технологічної забезпеченості персоналу необхідними для роботи технікою та технологіями, моніторинг можливостей їх удосконалення тощо;
	адміністративно-процедурна безпека	планування, контроль, організація, регламентація, прогнозування, координація процедур оцінки роботи персоналу (зовнішньої, внутрішньої оцінки і самооцінки), визначення їх потенціалу при просуванні на підприємстві, недопущення ситуацій невідповідності претендента посаді, а також забезпечення чіткої послідовності етапів роботи з кадрами, їх забезпечення;

Кадрова безпека підприємства		
Під-системи	Елементи	Функціональне спрямування
структурна безпека	якісно-категоріальна безпека	полягає у відслідковуванні, плануванні, координації і контролі оптимального співвідношення між категоріями персоналу (керівниками, спеціалістами, службовцями та робітниками) за якісними характеристиками персоналу (вік, стаж, плінність, стать тощо), пошуку напрямів вирівнювання структурних пропорцій;
	інформаційно-комунікаційна безпека	полягає у правильному плануванні, організації, координації, регламентації та контролі інформаційно-комунікаційних потоків, виборі та матеріальному забезпеченні належних каналів передачі інформації, її збереження, архівування, трансформації, представлення, а також організації заходів щодо збереження інформації, яка є таємницею та ін.
	інтелектуальна безпека	полягає у здійсненні сукупності заходів, спрямованих на створення, відтворення, збереження і захист інтелектуального потенціалу, який формується (використовується, трансформується) зусиллями персоналу підприємства

Джерело: уточнено на основі [13; 15 - 17; 18]

Запропоновану структуру кадрової безпеки доцільно розглядати у розрізі відповідних етапів роботи з персоналом (найм – організація і мотивація роботи персоналу – координація і регулювання роботи персоналу – контроль роботи персоналу – звільнення) і, власне, самої роботи персоналу на підприємстві, оскільки саме у процесі такої роботи кожен з елементів розкриває своє функціональне призначення. При цьому вона чітко відображає логіку функціонування кадрової безпеки як системи, орієнтованої і на безпосередню організацію роботи з персоналом і на підтримку загального нормального стану діяльності підприємства шляхом постійного обміну інформацією про стан кадрової безпеки, динаміку основних її показників, їх взаємозв'язок з іншими складовими економічної безпеки підприємства та зовнішнім середовищем.

Уявлення про кадрову безпеку як систему доцільно доповнити визначенням її суб'єктно-об'єктної структури, оскільки будучи соціально-економічною системою вона регулюється та управляється, а функціональне спрямування її рівнів проявляється у діяльності відповідних суб'єктів кадрової безпеки та їх впливові на об'єкти через відповідні механізми.

Варто погодитись з Живко З. [19], який визначає доцільність оперування, при дослідженні кадрової безпеки, поняттями внутрішніх і зовнішніх суб'єктів. Автор вказує, що внутрішні суб'єкти переважно пов'язані із внутрішніми, а зовнішні – із зовнішніми загрозами [19, с. 105]. Вважаємо, що питання має стояти наступним чином: перші беруть безпосередню участь у забезпеченні кадрової безпеки підприємства не залежно від загроз, другі – переважно опосередковану.

Таким чином, до внутрішніх суб'єктів кадрової безпеки варто відносити, крім кадрових служб і служб безпеки, також і менеджерів та керівників відповідних підрозділів, які на місцях реалізують ряд важливих функцій щодо забезпечення кадрової безпеки. Внутрішнім суб'єктом кадрової безпеки, на нашу думку, виступає і персонал підприємства – шляхом прямого або ж опосередкованого впливу на дії адміністрації підприємства, кадрові та інші служби, представників трудового колективу, зовнішні структури тощо.

До зовнішніх суб'єктів кадрової безпеки, здатних чинити вплив на неї, забезпечувати умови її функціонування, удосконалення шляхом збору і аналізу необхідної інформації, отримання нових даних щодо способів організації роботи з персоналом або ж брати на себе функції управління ним, доцільно відносити рекрутингові агентства, державні служби зайнятості, органи статистики, НДІ, органи влади різних рівнів, компанії, що надають послуги аутсорсингу тощо.

В умовах посилення інтеграційних процесів, функціонування міжнародного ринку та активної міграції робочої сили доцільно у якості зовнішніх суб'єктів кадрової безпеки розглядати і міжнародні та міждержавні організації (МОП, ООН та ін.), інституційні правила яких здатні чинити активний вплив на реалізацію функцій та спрямування кадрової безпеки підприємства.

До об'єктів кадрової безпеки, що підтверджують відповідні її визначення (табл. 1), найчастіше відносять загрози, що ідуть від зовнішніх або внутрішніх джерел та пов'язані з персоналом. Урахування вказаних досліджень дає можливість визначити, що у комплексі об'єктами економічної безпеки як системи є загрози різної природи, які характеризуються наявністю носіїв загроз, джерел і

факторів, відповідних впливів, інтересів, мотивів, способів дії чи поведінки їх наслідків і способів їх недопущення, мінімізації чи подолання.

Поділ суб'єктів та об'єктів кадрової безпеки на внутрішні і зовнішні ставить питання про взаємодію із зовнішнім, по відношенню до неї та її складових, середовищем (рис. 1.). Мова іде про орієнтацією реалізації функцій суб'єктів кадрової безпеки не лише на внутрішні, а і зовнішні параметри впливу, їх аналіз і врахування при забезпеченні кадрової безпеки підприємства, реалізації інтересів персоналу, власників, менеджменту та інших заінтересованих сторін.

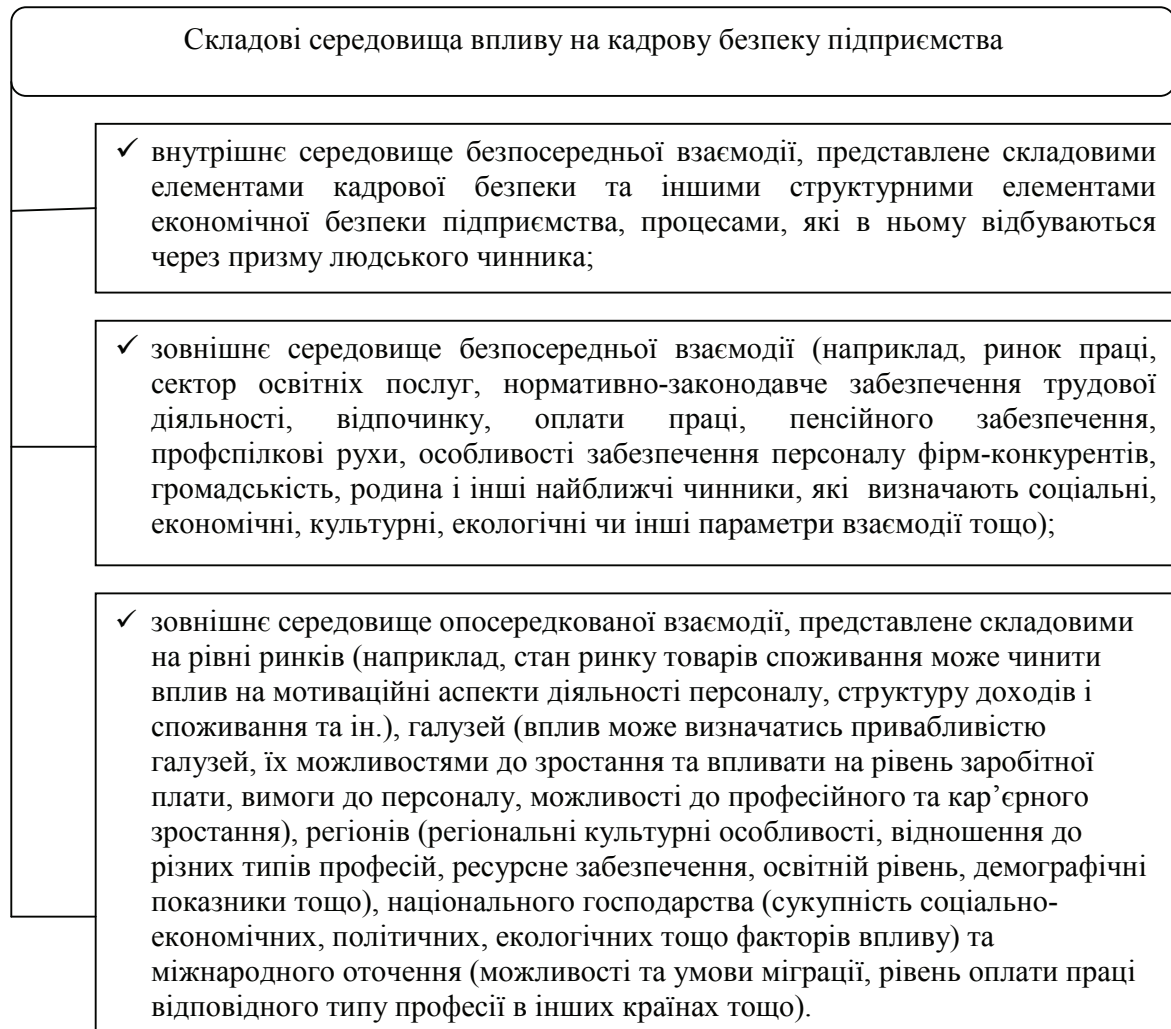


Рис. 1. Складові середовища впливу на кадрову безпеку підприємства (сформовано автором на основі проведеного аналізу)

У сукупності визначені особливості кадрової безпеки дають можливість максимально врахувати загрози її забезпеченню, імовірність їх настання, ступінь впливу та способи попередження, подолання чи недопущення, тобто і цільову орієнтацію та відповідні функції кадрової безпеки у структурі економічної безпеки.

Особливої уваги, на нашу думку, як об'єкт кадрової безпеки і як джерело загроз набуває персонал, власне, його мотиви до здійснення правових чи протиправних, моральних чи аморальних, етичних чи неетичних дій, потреби, інтереси, фізичний, психічний і психологічний стан, фактори впливу на них. По-суті, впливати на ті чи інші показники, які є визначальними для підприємства можна у першу чергу через персонал та його характеристики, що, у свою чергу, може принести негативні наслідки або ж самому персоналу або підприємству (його підрозділам, репутації, ресурсам). Тому персонал підприємства доцільно розглядати загалом через такі ознаки, як: відношення до підприємства (наявний, потенційний, вивільнений, резервний), структура персоналу (кваліфікаційна, вікова, статева, посадова тощо), мотивація персоналу (матеріальна, морально-психологічна), інтереси персоналу, стан здоров'я, фінансовий і соціальний, сімейний стани та ін. Їх урахування може забезпечити

більш дієву роботу з персоналом та недопущення і попередження настання негативних наслідків (соціального, фінансово-економічного, екологічного тощо характеру).

Як система кадрова безпека покликана реалізувати цілі і функції, які, на нашу думку, визначаються її структурою та відповідними системними властивостями у структурі економічної безпеки підприємства. Основні з них досить вдало визначені Ляшенком О.М. і Крилем Я.М. [9]. Поряд з цим, на наш погляд доцільно уточнити їх по відношенню до кадрової безпеки і додати якісну та кількісну визначеність, керованість, гетерогенність, взаємопоєднання об'єктивних та суб'єктивних цілей.

Цілі кадрової безпеки, є складними та ієрархічно побудованими та можуть бути класифіковані за елементами, суб'єктами, часовими рамками, місцем у структурі цілей підприємства і економічної безпеки, орієнтирами реалізації тощо. Вони ж характеризуються одночасно об'єктивністю і суб'єктивністю. Об'єктивність цілей кадрової безпеки впливає з дії об'єктивних економічних та соціальних законів, які визначають прагнення підприємств та їх персоналу до постійного відтворення, розвитку і зростання, реалізації своїх інтересів шляхом відповідних дій (бездіяльності), задоволення потреб тощо. Суб'єктивність цілей кадрової безпеки впливає з того, що вони формулюються власне самими суб'єктами і можуть змінюватись не лише під впливом об'єктивно сформованих обставин, а і під впливом вказаного суб'єктивного чинника. Все це визначає і особливості реалізації функцій кадрової безпеки підприємства.

Як система кадрова безпека характеризується і відповідними принципами, що тісно вплетені у економічну безпеку підприємства, а також відображають сутнісні риси самої кадрової безпеки (її структури, властивостей, цілей, функцій тощо).

На нашу думку, кадрова безпека підприємства як система за способом організації може бути простою і складною. Ступінь її складності визначається рядом параметрів, серед яких чільне місце варто віднести розмірам підприємства, формі власності, галузево-територіальній приналежності та ін. Проте, якщо кількість суб'єктів, які відповідають за кадрову безпеку може бути різною, то, такі характеристики кадрової безпеки як функціональні елементи і, власне, її функції мають зберігатись, оскільки вони відображають її природу та роль у підтримці загальної економічної безпеки підприємства. Мова іде про те, що мале підприємство може не мати, наприклад, ані служби безпеки ані підрозділу з управління персоналом, а функції забезпечення кадрової безпеки візьмуть на себе директор, охоронець, менеджер з персоналу тощо. Якщо ж мова іде про великі компанії як національного, так і міжнародного рівня, то тут кількість суб'єктів кадрової безпеки зростає і характеризується наявністю відповідних підрозділів, окремих посадових осіб і чіткого розподілу функцій між ними, а також можливістю автоматизації процесів забезпечення кадрової безпеки тощо.

Таким чином, проаналізовані особливості визначають системну природу кадрової безпеки і дають можливість узагальнити такі її основні властивості:

1. є функціональною складовою економічної безпеки підприємства, оскільки:

- орієнтована на забезпечення такого стану підприємства, його ресурсного потенціалу та інтересів, який би створив умови до стійкого економічного розвитку і зростання, підвищення рівня конкурентоспроможності, тобто на усебічне вирішення завдань, які стоять перед підприємством;
- формує умови захищеності, тобто недопущення, усунення чи мінімізації настання ризиків різної природи у процесі реалізації стратегії розвитку підприємства;
- орієнтується на відповідне комплексне забезпечення функціонування підприємства та його складових (організаційно-економічне, нормативно-правове, техніко-технологічне тощо);
- характеризує усю сукупність економічних відносин як на підприємстві, так і між ним та оточуючим середовищем;
- формує умови для створення доданої вартості;
- функціонує на основі вихідних принципів економічної безпеки як системи;

2. має власні системні ознаки, що відображені у її:

- функціональних елементах, які покликані підтримувати відповідний стан підприємства та його підсистем не просто за напрямом кадрів, а і складної природи взаємовідносин («підприємство-персонал», «персонал-персонал», «персонал-ресурси», «персонал-середовище», «підприємство-середовище» тощо);
- процесах, які виражають сутнісні динамічні аспекти даної системи (найм – організація і мотивація роботи персоналу – координація та регулювання роботи персоналу – контроль роботи персоналу – звільнення, а також безпосередня професійна діяльність персоналу);
- складній суб'єктно-об'єктній природі, де і суб'єктом і основним об'єктом виступає персонал (людина як власник робочої сили), загрози йому і від нього, а інші ресурси виконують роль об'єктів по відношенню до персоналу, його потреб, мотивів, інтересів, орієнтирів у поведінці;

- врахуванні інтересів різних груп суб'єктів та різних рівнів їх реалізації;
- відкритості та динамічності у процесі взаємодії із параметрами внутрішнього та зовнішнього середовища;
- ієрархічності цілей системи, що впливає з їх складної природи (об'єктивно-суб'єктивної, просторово-часової, екзогенної і ендогенної тощо), де ключова полягає у формуванні таких умов діяльності персоналу на підприємстві, які б забезпечили відчуття захищеності, приналежності, достатності, забезпеченості, значущості тощо як основи недопущення настання негативних наслідків, а також протидії їм з мінімальними витратами;
- комплексності наслідків неефективного функціонування, що можуть набувати соціального, фінансово-економічного, екологічного тощо характеру;
- необхідності підтримки свого функціонування як системи і підсистеми більш складних систем за рахунок постійної взаємодії, тобто підтримки зворотних взаємозв'язків між суб'єктами та об'єктами кадрової безпеки, між ними та зовнішнім середовищем;
- реалізації – шляхом використання суб'єктами кадрової безпеки відповідних механізмів (функцій, методів, інструментів), які тісно пов'язані з механізмами економічної безпеки загалом, проте ідентифікуються шляхом впливу у першу чергу на чітко визначенні об'єкти кадрової безпеки;
- відповідних функціях та принципах, які впливають з її властивостей як системи ін.

У сукупності реалізація вказаних властивостей з урахуванням тенденцій та закономірностей розгортання сучасних економічних відносин стає визначальним чинником відтворювальних процесів на всіх рівнях економічної системи: від підприємства до національної і глобальної економіки, враховуючи зміни індивідуального і групового характеру, впливаючи на інші сфери суспільної життєдіяльності, мотиви, принципи, інтереси, стереотипи і уподобання, освітні і професійні орієнтири тощо.

Висновки. Науковою новизною проведеного дослідження є подальший розвиток підходів щодо визначення системної природи кадрової безпеки як підсистеми економічної безпеки підприємства, що покликана підтримувати стабільне функціонування і поступальний розвиток підприємства, досягнення поставлених перед ним цілей (стратегічних та тактичних) і результатів діяльності (економічних, соціальних, екологічних тощо) шляхом формування, постійного забезпечення та моніторингу оптимальних умов відтворення персоналу, нарощення його потенціалу як основи стійкості до загроз (екзогенного і ендогенного, майнового та немайнового, суб'єктивного і об'єктивного характеру) у контексті тісного взаємозв'язку із середовищем функціонування та активним впливом на відтворювальні процеси на всіх рівнях економічної системи.

Результати дослідження мають теоретичне та практичне значення, оскільки дають можливість розкрити системні властивості кадрової безпеки підприємства поряд з відображенням та забезпеченням реалізації властивостей економічної безпеки як її надсистеми, зокрема шляхом уточнення її елементів та їх функціонального спрямування, цілей кадрової безпеки, ступеню складності та ін.

Наразі питання кадрової безпеки потребують подальшого наукового дослідження, оскільки вони визначають ступінь захищеності підприємства, галузей та національного господарства загалом за професійними, інтелектуальними, соціально-економічними, культурними і іншими параметрами персоналу, інших економічних ресурсів. Вони характеризують ступінь розвитку і відтворення інтелектуального потенціалу за рівнями економічної системи, закладають засади для визначення напрямів його поступального розвитку. Перспективним напрямом подальших наукових досліджень також є питання формування раціональних механізмів забезпечення кадрової безпеки в умовах кризових явищ у економіці країни, її прискореній інтеграції у міжнародні та міждержавні асоціації і союзи.

Література:

1. Дишер Б. Какие изменения ожидают рынок труда в будущем / Б. Дишер [Электронный ресурс]: аналитические данные международной сети компаний PwC. Режим доступа: <http://www.pwc.com/ua/ru/publications/2014/labor-market-transformation.jhtml>
2. Уровень корпоративного мошенничества в Украине – один из самых высоких в мире [Электронный ресурс] // Укррудпром: дайджест от 20.05.2010. Режим доступа: http://www.ukrrudprom.com/digest/Uroven_korporativnogo_moshennichestva_v_Ukraine__odin_iz_samih_v.html
3. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 638 с.
4. Логінова Н. І. Місце кадрової безпеки в економічній безпеці підприємства / Н. І. Логовіна // Коммунальное хозяйство городов: Научно-технический сборник. – 2009. – № 87. – С. 371-376.
5. Бурда І.Я. Механізм забезпечення кадрової безпеки в процесі формування та реалізації кадрової політики / І.Я. Бурда // Наукові записки. – 2012. - № 3 (40). – С. 88 -95.
6. Єременко А.О., Полозова Т.В. Методологічні основи системи кадрової безпеки підприємства / А.О. Єременко, Т.В. Полозова // Фін.-кредит. діяльн.: пробл. теорії та практики. - 2012. - Вип. 2. - С. 195-198.

7. Швець Н. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, або як перемогти зловживання персоналу / Н. Швець // Персонал. – 2006. – № 5. – С.26-27.
8. Кіріченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посібник. 3-тє вид., переробл. і доп. / О. А. Кіріченко. – К. : Знання-Прес, 2002. – 384 с.
9. Ляшенко А.Н. Кадрова безпека у системі економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / А.Н. Ляшенко, Я.Н. Криль // Економіка. Менеджмент. Підприємництво: Збірник наукових праць Східноукраїнського національного ун-ту ім. Володимира Даля. – 2013. - №25. - С. 274-279. – Режим доступу: http://eme.ucoz.ua/publ/zbirniki/25_ji_2013/ljashenko_o_m_kril_ja_m_kadrova_bezpeka_u_sistemi_ekonomichnoji_bezpeki_pidpriemstva/39-1-0-349
10. Литовченко О.Ю. Формування кадрової безпеки підприємств АПК: автореферат дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук: спец.: 08.00.04. «економіка та управління підприємствами (машинобудування, агропромисловий комплекс, туристичні підприємства та підприємства рекреаційного комплексу)» / О.Ю. Литовченко. – Київ, 2010. – 22 с.
11. Швайка Л. Деякі питання сутності кадрової безпеки підприємства [Електронний ресурс] / Л. А. Швайка, Х. В. Жидецька // Поліграфія і видавнича справа. - 2011. - № 4. - С. 158-163. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pivs_2011_4_23.pdf
12. Чаплигіна Ю.С. Етимологічний аналіз категорії «кадрова безпека» / Ю.С.Чаплигіна // Управління розвитком. – 2011. – № 4 (101). – С. 102-104.
13. Поскрипко Ю.А. Категорийный анализ кадровой безопасности / Ю.А. Поскрипко // Економіка і Фінанси. – 2014. - № 1. – С. 7-13.
14. Герасименко О.М. Моделювання системи забезпечення кадрової безпеки суб'єкта господарювання / О.М. Герасименко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 2. – с. 118-124.
15. Руда Т.В. Сутність та значення кадрової компоненти у процесі забезпечення економічної безпеки підприємства / Т.В. Руда, Є.М. Рудніченко, А.М. Рудий // Митна безпека. – 2013. - № 1. – С. 20-23.
16. Сліпа О. З. Кадрова безпека підприємства: поняття, структура та основні механізми її забезпечення [Електронний ресурс] / О.З. Сліпа // Науковий огляд. – 2014. - №1. – Т.2. – С. 56-63. Режим доступу: aukajournal.org/index.php/aukajournal...download...2
17. Маренич А.І., Мехеда Н.Г. Виявлення та запобігання загроз кадровій безпеці [Електронний ресурс] / А.І. Маренич, Н.Г. Мехеда // Фінансовий простір. – 2011. - № 3. – С. 127-132. – Режим доступу: <http://fp.cibs.sk.ua/files/1103/11maidar.pdf>
18. Отенко И.П. Анализ особенностей международных стандартов кадровой безопасности предприятия / И.П. Отенко, Е.С. Преображенская // Бизнес Информ. – 2014. - № 3. – С. 371-376.
19. Живко З.Б. Концептуальні основи управління кадровою безпекою підприємства [Електронний ресурс] / З.Б. Живко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. - № 2. – С. 103-111. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_2\(1\)_14.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znptdau_2013_2(1)_14.pdf)

Крейдич І. М.*доктор економ.наук, професор
Національний технічний університет України «КПІ»***Наконечна О. С.***канд. економ.наук
Міжнародний університет фінансів***Харченко О. С.***Національний технічний університет України «КПІ»*

УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЇХ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ

УСЛОВИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В КОНТЕКСТЕ ИХ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

CONDITIONS OF ENTERPRISES SOLVENCY ENSURING IN THE CONTEXT OF FINANCIAL SECURITY

В статті на основі дослідження теоретичних та методичних базисів фінансового менеджменту щодо умов забезпечення платоспроможності підприємства як одного із важливих індикаторів фінансової безпеки виробничо-економічної системи виявлено відсутність чіткого та єдиного підходу до градації та класифікації зазначених умов. Враховуючи проблематику даного дослідження доведено наявність потреби у виборі оптимальних умов, які мають найбільш значний вплив на процес забезпечення платоспроможності підприємств та підвищують ефективність фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, а також рівень їх фінансової безпеки в сучасних умовах розвитку економіки. Результати дослідження дозволили запропонувати власне бачення основних умов забезпечення платоспроможності підприємства з позиції фінансової безпеки. Визначено, що основними такими умовами для підприємства є: наявність та забезпечення ліквідності активів та задовільної структури балансу; збалансована структура джерел формування капіталу підприємства; ефективне управління дебіторською та кредиторською заборгованістю; раціональне та збалансоване управління грошовими потоками; вибір та застосування ефективних форм розрахунків. Доведено, що дотримання вказаних умов забезпечення платоспроможності підприємства дозволить уникнути загрози погіршення рівня його фінансової безпеки.

Ключові слова: платоспроможність, фінансова безпека підприємств, банкрутство, неплатоспроможність, дебіторська та кредиторська заборгованість, грошові потоки, фінансові ресурси, ліквідні активи, ефективні форми розрахунків.

В статье, на основе исследования теоретических и методических базисов финансового менеджмента в отношении условий обеспечения платежеспособности предприятия как одного из важных индикаторов финансовой безопасности производственно-экономической системы, обнаружено отсутствие четкого и единого подхода к градации и классификации указанных условий. Учитывая проблематику данного исследования, доказано наличие потребности в выборе оптимальных условий, которые имеют наиболее значительное влияние на процесс обеспечения платежеспособности предприятий и повышают эффективность финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования, а также уровень их финансовой безопасности в современных условиях развития экономики. Результаты исследования позволили предложить собственное видение основных условий обеспечения платежеспособности предприятия с позиции финансовой

безопасности. Определено, что основными такими условиями для предприятия являются: наличие и обеспечение ликвидности активов и удовлетворительной структуры баланса; сбалансированная структура источников формирования капитала предприятия; эффективное управление дебиторской и кредиторской задолженностью; рациональное и устойчивое управление денежными потоками; выбор и применение эффективных форм расчетов. Доказано, что соблюдение указанных условий обеспечения платежеспособности предприятия позволит избежать угрозы ухудшения уровня его финансовой безопасности.

Ключевые слова: платежеспособность, финансовая безопасность предприятий, банкротство, неплатежеспособность, дебиторская и кредиторская задолженность, денежные потоки, финансовые ресурсы, ликвидные активы, эффективные формы расчетов.

In the article on the basis of financial management theoretical and methodological bases research as for the conditions of enterprise solvency ensuring as one of the important indicators of the economic and production system financial security was revealed the absence of clear and unified approach to the gradation and classification of mentioned conditions. Taking into account the problems of this study it was proved presence of the needs to choose the optimal conditions that have the most significant impact on the process of the enterprise solvency ensuring and improve the efficiency financial and economic activities of entities, and their level of financial security in modern conditions of economic development. Results of the study allowed offering own vision of the basic conditions for the enterprise solvency ensuring from the position of financial security. It was determined that such basic conditions for the enterprise are: availability and provision of assets liquidity and satisfactory balance sheet structure; balanced enterprise capital formation sources structure; effective receivable and payable accounts management; rational and sustainable cash flow management; selecting and applying of effective payment methods. It was proved that compliance with these conditions of enterprise solvency provision will allow avoiding the threat of its financial security level worsening.

Keywords: solvency, financial security, bankruptcy, insolvency, receivables and payables, cash flow, financial resources, liquid assets, effective forms of payment.

Вступ. Сучасний стан розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання, які функціонують в умовах невизначеності та під впливом різного роду загроз, ставить перед керівним складом підприємства питання щодо прийняття виважених рішень в сфері забезпечення оптимального рівня фінансової безпеки, постійний моніторинг за яким забезпечує стабільність функціонування та дотримання основних стратегічних цілей підприємства. У зв'язку з тим, що одним з основних індикаторів фінансової безпеки підприємств є платоспроможність, виникає потреба у визначенні та характеристиці основних умов, які забезпечують здатність до трансформації фінансових ресурсів в готові засоби платежу для підтримки оптимального рівня стійкості розвитку підприємств.

Аналізу умов щодо забезпечення платоспроможності підприємства у сфері реалізації фінансової безпеки приділяли увагу такі вчені як: І. Бланк, Ф. Бутинець, В. Галасюк, Ю. Журавльова, А. Поддєрьогін, І. Пономарьов, Д. Солодух, М. Рибченко, Ю. Тютюнник, А. Шеремет та інші.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження теоретичного та методичного підґрунтя забезпечення платоспроможності підприємств в розрізі їх фінансової безпеки.

Методологія. Теоретико-методологічним базисом роботи є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері оцінювання платоспроможності підприємств в системі їх фінансової безпеки. Для досягнення поставленої мети використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, такі як: системний підхід, методи аналізу та синтезу, прийоми логічного узагальнення.

Результати дослідження. Відомо, що ефективність діяльності будь-якого підприємства насамперед залежить від швидкості та якості здійснення ним розрахунків за своїми зобов'язаннями перед контрагентами. Необхідність підтримки її на високому рівні в короткостроковій та довгостроковій перспективі забезпечують нормальний ритм фінансово-господарської діяльності підприємства. Враховуючи вищевикладене платоспроможність являє собою складну економічну категорію як у понятійному так і у методичних аспектах.

В результаті дослідження еволюції поглядів щодо сутності категорії «платоспроможність» науковці наводять різні підходи щодо її трактування.

Перший підхід – системний, полягає в тому, що під платоспроможністю вважають спроможність підприємства виконувати свої зобов'язання в цілому, незважаючи на строки і за рахунок активів, що були сформовані та оцінені на певну дату. В контексті даного погляду, констатують, що фінансова стійкість являється передумовою платоспроможності. Другий підхід – короткостроково-орієнтований

визначає платоспроможність як можливість підприємства погашати свої термінові та поточні зобов'язання. В даній трактовці вже платоспроможність є передумовою фінансової стійкості.

Залежно від резидентності дослідників виділяють такі підходи як західний, російський та вітчизняний. Відповідно до західного підходу платоспроможність характеризується як здатність суб'єкта господарювання покривати свої збитки та мати в наявності власні оборотні кошти. Саме поняття «збитки» трактується як платежі, що підлягають оплаті або погашенню. Крім того, підприємство повинно мати відповідний резерв, який надавав би можливість в разі отримання ним негативного фінансового результату, покривати вказані збитки [4, с.117].

Російський підхід визначає платоспроможність як здатність підприємства виконувати свої зобов'язання. Така інтерпретація вказує на те, що підприємство в своєму розпорядженні повинно мати відповідну суму грошових коштів, яку воно може спрямувати на погашення своїх короткострокових зобов'язань у будь-який момент часу. Постає дискусійне питання стосовно того, що суб'єкту господарювання недостатньо погашати лише короткострокову заборгованість, адже значна частина підприємств має і довгострокову заборгованість, яку також необхідно погашати з часом. Тому вже у визначенні А.Д. Шеремета вказано, що платоспроможність необхідно розглядати з позиції здатності покривати усі свої зобов'язання (короткострокові та довгострокові) за рахунок загальної вартості активів [6, с.34,15].

Відповідно до вітчизняного підходу платоспроможність представляють як важливий показник фінансової стійкості і взагалі фінансового стану підприємства [12, с.117]. Виходячи з такого твердження визначено, що підприємство повинно мати достатній обсяг ліквідних коштів, для погашення необхідних зобов'язань та платежів.

Проведений аналіз підходів щодо трактування поняття «платоспроможність» дає змогу зазначити, що відмінність виділених підходів полягає не тільки в рівні охоплення зобов'язань, але і у взаємозв'язку з іншими категоріями такими як фінансова стійкість та ліквідність.

Розглядаючи сутність платоспроможності виникає необхідність у дослідженні основних умов забезпечення платоспроможності як однієї з складових фінансової безпеки підприємства.

Під забезпеченням платоспроможності підприємства визначають систему організаційно-економічних заходів, які спрямовані на ефективне управління платоспроможністю підприємства, оперативне виявлення ознак неспроможності виконання обов'язкових платежів у встановлений термін, формування передумов до зниження ризику неплатежів з метою нормального функціонування підприємства в результаті здійснення операційної, фінансової та інвестиційної діяльності [5, с.4].

Забезпеченість платоспроможності у часі являє собою процес, який пов'язаний зі зміцненням фінансового стану підприємства, а його стійкість залежить від результатів діяльності виробничо-економічної системи.

Досліджуючи сутність платоспроможності деякі автори визначають її як спроможність погашати свої зобов'язання, при цьому умовою даної спроможності визначають наявність у підприємства активів, які мають різний рівень ліквідності. Тому логічним є твердження за яким необхідною умовою забезпечення платоспроможності являється наявність та забезпечення ліквідності активів підприємства.

Ліквідність активів трактується як здатність їх трансформуватися в грошові кошти, при цьому ступінь ліквідності визначається як тривалість періоду, протягом якого така трансформація може бути здійснена. Тобто, чим менше необхідно часу для інкасації певного активу, тим вищий його рівень ліквідності. В даному контексті розглядати ліквідність необхідно з позиції того, який час необхідно для продажу активів та яка сума буде одержана в результаті такого продажу [13, с.301].

Розкриваючи сутність ліквідності активів варто зупинити свою увагу на ліквідності балансу тому, що дана категорія розкриває ступінь покриття боргових зобов'язань підприємства його платіжними засобами, строк перетворення яких на грошові кошти відповідає строку погашення платіжних зобов'язань. Як відомо в процесі дослідження ліквідності балансу проводять групування за ознакою ліквідності активів та терміновістю оплати пасивів балансу, порівнюють їх величини між собою та формують висновки стосовно характеру їх ліквідності.

Для забезпечення умови платоспроможності підприємства в розрізі ліквідності балансу варто, щоб баланс був абсолютно ліквідним ($A1 > P1$, $A2 > P2$, $A3 > P3$, $A4 < P4$) або задовільний, тобто не виконується одна або дві з наведених вимог нерівності. Якщо не виконується жодна з умов, баланс є неліквідним, тобто у підприємства не вистачає високоліквідних засобів для погашення термінових зобов'язань, що в свою чергу відобразиться на рівні його фінансової безпеки.

В залежності від того, якими видами оборотних активів підприємство погашає свої зобов'язання виділяють три рівні платоспроможності:

1) грошова платоспроможність, яка характеризується коефіцієнтом абсолютної платоспроможності, що визначає миттєву платоспроможність і вказує на те, яку частину поточних зобов'язань підприємство може погасити негайно високоліквідними оборотними активами. Крім того даний показник є найбільш жорстким критерієм в процесі оцінювання платоспроможності. Нормативне значення даного коефіцієнта повинно бути $> 0,2$, яке означає, що підприємство є грошово платоспроможним і високоліквідні оборотні активи покривають поточні зобов'язання не менше ніж на 20%;

2) розрахункова платоспроможність або коефіцієнт проміжної платоспроможності визначає потенційну платоспроможність підприємства з урахуванням майбутніх надходжень від дебіторів. Показник вказує на те, яку частину поточних зобов'язань підприємство може погасити за рахунок високо та середньоліквідних активів. Коефіцієнт дає змогу визначити рівень платоспроможності підприємства за період, який дорівнює середній тривалості одного обороту поточної дебіторської заборгованості за умови повного та своєчасного її погашення і значення якого повинно перебувати в діапазоні 0,7-0,8;

3) майнова платоспроможність або коефіцієнт загальної платоспроможності являється комплексним показником оцінювання платоспроможності підприємства, що відображає відношення всієї суми оборотних активів до величини поточних зобов'язань. Даний показник вказує на прогностичні платіжні можливості на відносно віддалену перспективу. Теоретичне значення показника становить 1,5-2 [13, с.280].

Важливого значення в контексті дослідження умов забезпечення платоспроможності з точки зору ліквідності коштів набуває наявність у підприємства задовільної структури балансу, визначення якої пов'язано з розрахунком двох показників: коефіцієнта загальної ліквідності та коефіцієнта забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами. Вказані показники являються критеріями оцінювання структури балансу підприємства.

Якщо показник загальної ліквідності більше або дорівнює 1,5, а коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами більше або дорівнює 0,1 така структура балансу являється задовільною, а підприємство – платоспроможним.

В тому разі коли дані критерії не виконуються, це свідчить про незадовільну структуру балансу і як наслідок неплатоспроможність підприємства та зниження рівня його фінансової безпеки.

На основі визначених критеріїв структури балансу підприємства сформовано ряд таких рекомендацій: 1) темпи росту оборотних активів повинні бути вищими у порівнянні з темпами росту поточних зобов'язань; 2) збільшення обсягів оборотних активів повинно супроводжуватися одночасним зменшенням на цю саму величину вартості необоротних активів (переведення частини їх в оборотні кошти шляхом застосування методів прискореної амортизації); 3) максимальне обмеження вкладень капіталу у важколіквідні оборотні активи та недопущення вкладень у неліквідні; 4) потребу у збільшенні величини власного капіталу підприємства можливо забезпечити за рахунок зростання нерозподіленого прибутку та статутного капіталу.

В процесі дослідження забезпечення платоспроможності необхідно враховувати особливості та тривалість операційного та фінансового циклів підприємства в розрізі окремих видів діяльності. Важливим є також визначення напрямку зміни активів чи пасивів підприємства таким чином, щоб сума його грошових коштів збільшилась. Чим менша тривалість фінансового циклу, тим менше фінансових ресурсів потрібно для фінансування виробничих потреб підприємства [7].

Отже, наявність та забезпечення ліквідності активів сприяє мінімізації ризику несплати за зобов'язаннями, що в свою чергу підвищує рівень фінансової безпеки підприємства.

Збалансована структура джерел формування капіталу є беззаперечною запорукою забезпечення довгострокової платоспроможності виробничо-економічної системи. Формування достатньої частки власного капіталу у складі джерел фінансування є гарантом постійної можливості підприємства погашати свої зобов'язання. Такий рівень можливо досягнути застосовуючи традиційний чи функціональний підходи до фінансування.

Характеризуючи традиційний підхід до фінансування варто зазначити, що він спирається на виконання таких правил:

1) правило мінімальної фінансової переваги – наявність обов'язкової позитивної ліквідності, що визначається шляхом формування відповідного резерву забезпечення платоспроможності, який можливо використовувати для покриття можливого ризику виникнення невідповідності в обсязі, періоді та швидкості обороту короткострокових активів та пасивів балансу. В якості такого резерву можливо використовувати робочий капітал підприємства, що характеризується перевищенням поточних активів над поточними зобов'язаннями;

2) правило максимальної заборгованості визначає, що довго- та середньострокові зобов'язання не повинні перевищувати половини постійного капіталу підприємства, який включає власний капітал і прирівняні до нього довгострокові джерела.

В свою чергу функціональний підхід включає в себе такі правила та вимоги як:

1) скориговане правило фінансової рівноваги - власний і прирівняні до нього капітал повинні повністю покривати стабільно розміщені активи (необоротні активи), тобто резерв ліквідності оцінюється за величиною власних оборотних коштів;

2) обсяг потреби в оборотних коштах (власних оборотних коштах) змінюється протягом всього звітного періоду. Такі зміни призводять, з одного боку, до надлишкового обсягу оборотних активів при якому частина коштів вивільняється, тобто з'являються вільні джерела власних оборотних коштів, а з іншого боку до незадоволення потреби в оборотних коштах, що призводить до залучення позикових ресурсів;

3) питома вага короткострокових зобов'язань у складі джерел фінансування не може перевищувати частку ліквідних активів (грошові кошти і фінансові інвестиції, поточна дебіторська заборгованість і запаси, призначені для продажу). Решта активів повинна бути профінансована за рахунок власного капіталу або довгострокових зобов'язань. З врахуванням цього, необхідна (достатня) частка власного капіталу у складі джерел фінансування є вже індивідуальною для кожного підприємства і на кожну звітну дату.

Якщо мова йде про забезпечення необхідного приросту активів джерелами фінансування то найбільш сприятлива для підприємства складається ситуація, коли приріст нерозподіленого прибутку, амортизаційних відрахувань, інших власних джерел фінансування дорівнює приросту необоротних активів і необхідних запасів. Приріст решти елементів активів може бути забезпечений збільшенням поточних зобов'язань підприємства. Що стосується додаткового залучення короткострокових позикових коштів, то її доцільність визначається можливим приростом рентабельності власного капіталу.

Враховуючи підходи щодо фінансування активів підприємства за рахунок власних джерел формування капіталу та для забезпечення перспективної платоспроможності обсяги власних оборотних коштів підприємства повинні відповідати розміру робочого капіталу.

Водночас залучення позикового капіталу в оптимальних обсягах та ефективне їх використання також має значний вплив на платоспроможність підприємства. Пропорційне підвищення частки власного капіталу в загальній структурі капіталу призводить до підвищення ризику та зниження платоспроможності підприємства

На структуру джерел формування капіталу безпосередньо впливає тривалість обороту коштів. Підприємство у якого період обороту коштів менший може мати більшу частку позикового капіталу без загрози для власної платоспроможності. Також важливо зазначити, що чим менша частка постійних витрат у собівартості продукції підприємства, тим менший ризик втрати платоспроможності.

Ліквідність оборотних активів підприємства напряму поєднана з поточними пасивами, оскільки від їх узгодженості залежить формування та можливість нарощення чистого оборотного (робочого) капіталу. При цьому важливого значення набуває вибір оптимальної моделі фінансування оборотних активів.

Відомо, що в теорії фінансового менеджменту виділяють чотири моделі фінансування оборотних активів: ідеальну, агресивну, консервативну та компромісну.

Ідеальна модель полягає у тому, що довгострокові пасиви встановлюються на рівні необоротних активів, а короткострокові зобов'язання – оборотних активів. В таких умовах у підприємства відсутні як власні оборотні кошти, так і робочий капітал. У реальному житті ідеальна модель практично не застосовується через те, що вона є досить ризиковою, оскільки не передбачає формування резерву платоспроможності.

Агресивна модель фінансування оборотних активів полягає в тому, що довгострокові пасиви є джерелом покриття необоротних активів та постійної частини оборотних, тобто їх мінімуму, який необхідний для здійснення господарської діяльності, визначеного на основі нормування без врахування страхових запасів. У цьому разі змінна частина оборотних активів у повному обсязі забезпечує погашення короткострокових зобов'язань. Робочий капітал дорівнює постійній частині оборотних активів.

З позиції ліквідності і поточної платоспроможності ця стратегія також є ризикованою, оскільки обмежуватися лише мінімумом поточних активів досить складно. Таку стратегію фінансування оборотних активів може дозволити собі підприємство, яке не має проблем з отриманням короткостро-

кових кредитів або комерційних кредитів постачальників. Крім того, агресивна політика здатна знизити ризик неплатоспроможності, але не може забезпечити високої рентабельності активів.

Консервативна модель фінансування оборотних активів передбачає, що змінна частина поточних активів також покривається довгостроковими пасивами. Як правило, така модель застосовується на початкових стадіях діяльності підприємства за умови достатньої величини капіталу власників підприємства і доступності довгострокових кредитів для фінансування. Запорукою високого рівня платоспроможності є відсутність у підприємства короткострокової заборгованості.

Компромісна модель фінансування оборотних активів найбільш реальна. Сутність її полягає в тому, що необоротні активи, постійна частина оборотних активів і приблизно 0,5 змінної частини поточних активів покриваються довгостроковими пасивами. При цьому робочий капітал визначається як різниця між довгостроковими пасивами і необоротними активами. Зауважимо, що при її використанні в окремі періоди господарської діяльності підприємство може мати надмірний обсяг оборотних активів, що негативно впливає на розмір прибутку [14].

Отже, вибираючи стратегію фінансування оборотних активів, варто орієнтуватися на бажане співвідношення між рівнем рентабельності та рівнем ризику втрати платоспроможності підприємства, яке оцінюється необхідною величиною робочого капіталу. Характер заходів, що спрямований на досягнення цільового рівня платоспроможності залежить від того, який з показників фінансового стану у підприємства має незадовільне значення.

Наступною важливою запорукою забезпечення платоспроможності підприємства є уміння планомірно та раціонально керувати кредиторською та дебіторською заборгованістю. Така умова полягає у регулярному моніторингу за обсягом та співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості, показниками їх оборотності і періодом погашення.

Управління кредиторською та дебіторською заборгованістю ототожнюють з управлінням оборотними активами та джерелами оборотних коштів, які є вкрай важливими для забезпечення платоспроможності підприємства.

Взагалі дебіторська заборгованість є оборотними активами, які вилучені на певний момент, саме тому, чим швидше підприємство отримає кошти за надані товари, роботи та послуги, тим кращим є його фінансовий стан. Саме зростання вартості дебіторської заборгованості свідчить про надання підприємством позик у товарній формі своїм споживачам. Взагалі величина дебіторської заборгованості залежить від обсягів продажу, умов розрахунку з покупцями, періоду відстрочки платежу, платіжної дисципліни покупців, організації контролю за станом розрахунків з дебіторами, претензійної роботи на підприємстві.

Як правило зменшення обсягів дебіторської заборгованості розцінюється позитивно, але якщо дебіторська заборгованість зменшується за рахунок скорочення обсягів відвантаженої продукції, то це призводить до зниження ділової активності підприємства. Також бажано, щоб структура дебіторської заборгованості не містила простроченої, безнадійної, віднесеної до резерву сумнівних боргів заборгованості. У разі виникнення таких статей варто провести аналіз дебіторської заборгованості в позиції строків неплатежу. Суть даного дослідження полягає у градації заборгованості відповідно за строками (до 3 місяців, від 3 до 6 місяців, від 6 до 12 місяців), порівнянні її в динаміці та визначенні причин збільшення тривалості перебування коштів у дебіторській заборгованості.

Якість дебіторської заборгованості варто оцінювати через показники оборотності, які характеризують швидкість та час її повернення. Підвищення вказаних коефіцієнтів можливо за рахунок аналізу фінансового стану потенційних дебіторів та їх платоспроможність, репутації, термінів існування, кон'юнктурної стадії в галузі, де партнери здійснюють свою діяльність; диверсифікації клієнтури; визначення максимальної суми боргу в цілому та на одного клієнта (лімітування дебіторської заборгованості); використання різних форм забезпечення повернення боргу (застава, страхування, гарантії банків або третіх осіб, оформлення забезпеченим векселем тощо); підвищення дієвості штрафних санкцій щодо боржників.

В процесі роботи з дебіторами варто прискорити розрахунки з ними використовуючи різноманітні форми рефінансування, або іншими словами переведення дебіторської заборгованості в інші ліквідні форми оборотних активів. Така процедура надасть можливість збільшити суму ліквідних активів. Основними формами рефінансування визначено: факторинг, форфейтинг, облік векселів, спонтанне фінансування та інші. Всі вони базуються на тому, що витрати, які спрямовані на рефінансування не повинні перевищувати очікуваний прибуток від використання вивільнених коштів, збільшувати вартість короткострокових кредитів для підтримки платоспроможності та інфляційних витрат, що виникають у випадку затримки платежів.

Поряд з дебіторською заборгованістю підприємства варто розглядати і кредиторську, яка інтерпретується як залучення деякої частини оборотних коштів у господарську діяльність. Знову ж таки в процесі дослідження кредиторської заборгованості з позиції платоспроможності звертають увагу на склад, структуру, якість та співвідношення її з дебіторською заборгованістю.

Якщо вартість кредиторської заборгованості зростає і при цьому темп її приросту менший від темпів приросту оборотних активів (особливо високоліквідних) то це свідчить про підвищення рівня платоспроможності підприємства. Також позитивною характеристикою вважається скорочення в динаміці суми кредиторської заборгованості за видами та в цілому, зниження її частки у джерелах формування капіталу та зобов'язаннях.

Успішне управління кредиторською заборгованістю постійно пов'язане з контролем за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості та моніторингом стану розрахунків за простроченою заборгованістю.

Вважають, що ідеальним для будь-якого підприємства є таке співвідношення коли кредиторська заборгованість перевищує дебіторську на 10-20%. Але як показують досліджень на деяких підприємствах кредиторська заборгованість перевищує дебіторську в десятки разів. При цьому варто зазначити, що значні обсяги дебіторської заборгованості можуть бути ознаками раннього банкрутства. З огляду на такі обставини, підприємству варто контролювати інформацію про стан рахунків з дебіторами та кредиторами так як вони є індикаторами потенційних загроз погіршення його фінансової безпеки.

Підвищення швидкості оборотності дебіторської заборгованості порівняно з кредиторською дає змогу підприємству отримувати грошові ресурси від дебіторів та спрямовувати їх на погашення боргів кредиторам. Таким чином протягом певного періоду у розпорядженні підприємства знаходяться вільні кошти, які можливо вкладати в прибуткові активи. Такий вектор поведінки підприємства свідчить про його виважену кредитну політику. Ознаками нераціональної кредитної політики є збільшення обсягів дебіторської заборгованості. В такому разі необхідно звернути увагу на умови надання кредиту під час реалізації, строк та гарантії, що надаються під кредит.

Вважаємо, що перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською з одного боку може трактуватися як раціональне використання фінансових ресурсів, оскільки підприємство залучає у господарську діяльність більше коштів, ніж відволікає в оборот, а з іншого - підприємство змушене повертати свої зобов'язання перед кредиторами не залежно від стану дебіторської заборгованості.

Забезпечення та управління платоспроможністю підприємства значною мірою залежить від раціонального та збалансованого управління грошовими потоками. Основними засадами такого управління визначено: 1) забезпечення мінімального необхідного обсягу грошових ресурсів для постійного проведення поточних розрахунків; 2) постійний моніторинг за вхідними та вихідними грошовими потоками, а також за сезонними змінами залишку грошових коштів; 3) формування резерву тимчасово вільних грошових коштів, які можливо спрямувати на розширення діяльності підприємства; 4) оптимізація системи розрахунків із постачальниками і покупцями, тобто обґрунтування політики надання комерційних кредитів і отримання відстрочки платежів; 5) мобілізація резервів грошових ресурсів для відшкодування непередбачених витрат та можливих втрат в процесі фінансово-господарської діяльності; 6) трансформація вільних грошових коштів у високоліквідні активи, а також зворотна їх конвертація для поповнення залишку грошових коштів [8].

Сутність забезпечення грошових потоків полягає в збалансованості позитивних та негативних грошових потоків у часі та за центрами відповідальності. Дефіцит грошового потоку породжує зниження ліквідності активів та рівня платоспроможності підприємства, зростання обсягів кредиторської заборгованості та виникнення затримок платежів за кредитним ресурсам. Надлишковий грошовий потік характеризується уповільненням оборотності капіталу, втратою реальної вартості тимчасово вивільнених коштів та частини потенційного доходу, який пов'язаний з розміщенням коштів в операційному та інвестиційному процесах.

Досягнення збалансованості дефіцитного грошового потоків у короткостроковій перспективі напряму пов'язане з системою заходів, які спрямовані на прискорення залучення коштів та на уповільнення видатків. До основних заходів щодо прискорення залучення коштів варто віднести рефінансування дебіторської заборгованості, застосування цінових знижок на продукцію реалізовану за готівкові кошти, скорочення строків кредиту, та застосування механізму передоплати за розрахунками. Уповільнення видатків можливе за рахунок трансформації короткострокових кредитів у довгострокові, зростання строків кредитів, використання лізингу. Застосування вищенаведених заходів сприятимуть підвищенню рівня платоспроможності підприємства в короткостроковому періоді, але також можуть призвести і до виникнення дефіцитного грошового потоку в майбутньому.

В якості оптимізації грошових потоків в часі використовують їх вирівнювання та синхронізацію. Вирівнювання полягає в згладжуванні обсягів грошових потоків за окремими часовими інтервалами і як наслідок зниження коефіцієнта коваріації. Синхронізація вказує на спроможність підприємства генерувати грошові потоки від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Основним бажаним результатом такого методу оптимізації є те, щоб у кожний момент часу чистий грошовий потік повинен бути позитивним.

Досліджуючи забезпеченість платоспроможності з позиції синхронізації формування грошових потоків розраховують коефіцієнт ліквідності грошового потоку підприємства. Він слугує для оцінювання можливих обсягів окремих джерел надходження та використання грошових потоків, визначення прогнозного рівня платоспроможності підприємства на основі динамічної тенденції. Для забезпечення необхідної ліквідності значення даного коефіцієнта має бути не нижчим від 1 [13, с. 278].

Останнім етапом в процесі оптимізації грошових коштів підприємства є максимізація чистого грошового потоку, яка забезпечує підвищення рівня самофінансування та зниження залежності від зовнішніх джерел фінансування.

Оскільки платоспроможність визначають як здатність підприємства сплачувати кошти за зобов'язаннями, що настали і потребують термінового погашення, необхідно об'єктивно підходити до планування грошових потоків. Вважаємо, що у підприємства має бути залишок грошових коштів, який дорівнює різниці між кредиторською заборгованістю всіх видів, строки сплати якої настають найближчим часом, і поточною дебіторською заборгованістю на користь підприємства, платежі за якою очікуються у той самий час.

В умовах коли підприємство прагне до економії витрат на оплату коштів та страхування ризиків від факту несплати за поставлену продукцію, товар чи послугу актуальним постає питання вибору та застосування різноманітних форм ефективних розрахунків. В основу їх ефективності покладено ряд критеріїв, які також є важелями управління платоспроможністю підприємства в контексті фінансової безпеки.

Важливим в процесі проведення розрахунків є фактор порівняння часу, який необхідний для одержання відповідного платежу з тривалістю виробничого процесу. Крім того ефективність форм розрахунків напряду залежить від швидкості зарахування коштів на рахунок постачальника [10 с. 60]. Зміна структури розрахунків підприємства напряду впливає на швидкість обороту товарно-матеріальних цінностей та на оборотність коштів в його розрахунках з партнерами. Таке прискорення можливо забезпечити за рахунок максимального зближення строків оплати товару та їх надходження до покупців та за рахунок використання найбільш раціональних форм розрахунків.

Змінюючи форму розрахунків логічно змінюється і час між оплатою продукції та її надходженням до покупців. Іншими словами така ситуація призводить до коливання обсягів товарно-матеріальних запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості, величина яких відповідає структурі розрахунків. Враховуючи такі умови визначено, що у разі заміщення однієї форми розрахунку на іншу змінюються і статті балансу. А як відомо зміна статей звіту про фінансовий стан підприємства призводить до зміни фінансових показників його діяльності. Спираючись на окреслені умови підприємство може використовувати ряд сучасних різноманітних форм розрахунків до яких можливо віднести авансову форму розрахунків, інкасо, банківський переказ, акредитив та інші.

Отже, вважаємо, що прискорення обороту розрахунків залежить від ефективності і швидкості руху продукції від постачальника до покупця, а також від швидкості перерахування коштів із рахунку платника на рахунок одержувача коштів. Ці величини і можна визначити як основні критерії ефективності форм розрахунків. Таким чином, платоспроможність підприємства напряду залежить від рівня ефективності використання тієї чи іншої форми безготівкових розрахунків.

Висновки. Таким чином, визначення підходів щодо дослідження фінансової безпеки підприємства з точки зору уникнення загрози неплатоспроможності підтверджує потребу вибору оптимальних умов забезпечення платоспроможності виробничо-економічних систем, які впливають на ефективність ведення їх фінансово-господарської діяльності. Це дозволило запропонувати власне бачення основних умов забезпечення платоспроможності підприємства. Такими умовами визначено: наявність та забезпечення ліквідності активів та задовільної структури балансу; збалансована структура джерел формування капіталу підприємства; ефективне управління дебіторською та кредиторською заборгованістю; раціональне та збалансоване управління грошовими потоками; вибір та застосування ефективних форм розрахунків.

На основі отриманих результатів доведено, що вищевикладенні умови забезпечення платоспроможності мінімізують ризик загрози погіршення рівня фінансової безпеки підприємства. Тому, для подальшого дослідження, у цьому напрямку необхідно зосередити свою увагу на механізмі забезпечення платоспроможності в точки зору зміцнення фінансової безпеки підприємства.

Література:

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 1999. – Т. 1. – 590 с.
2. Галасюк В. В. Об определении понятия «платежеспособность» в контексте концепции CCF / В. В. Галасюк // Фондовый рынок. – 2003. – № 13. – С. 26-33.
3. Журавльова Ю. Ю. Платоспроможність підприємства та шляхи її забезпечення (на прикладі харчової промисловості): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Ю. Ю. Журавльова. – К., 2007. – 20 с.
4. Журавльова Ю. Ю. Сутність платоспроможності підприємства / Ю. Ю. Журавльова // Фінанси України. – 2006. – № 2. – С. 116-120.
5. Іванов В. Концептуальні засади забезпечення платоспроможності підприємства / В. Іванов // Економіка. – 2009. – №9 (100). – С. 4-8.
6. Іонін Є. Є. Розв'язання питань методологічного обґрунтування понять «платоспроможність» і «ліквідність» / Є. Є. Іонін // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 30-42.
7. Коваленко Л. О. Фінансовий менеджмент: Навч. Посіб. / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2005. – 485 с.
8. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент. [підручник] / Г.О. Крамаренко – К.: ЦУЛ, 2006. – 520 с.
9. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової; М-во освіти і науки України. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 648 с.
10. Рибченко М. Ф. Оптимізація системи безготівкових розрахунків / М. Ф. Рибченко // Фінанси України. – 2012. – № 13 (86). – С. 58-64
11. Солодухін Д. Н. Финансовая стратегия восстановления платежеспособности предприятия / Д. Н. Солодухин // Финансы. – 2008. – № 4. – С. 65-67.
12. Солотва В. Сутність платоспроможності підприємства / В. Солотва // Фінанси України. – 2010. – №1. – С. 116-120
13. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. / Ю. М. Тютюнник. – К.: Знання, 2012. – 816 с.
14. Фінанси підприємств / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.; за заг. ред. А. М. Поддєрьогіна. – 7-ме вид. – К.: КНЕУ, 2008. – 552 с.
15. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М.: Инфра-М, 2008. – 208 с.
16. Якобець Х. Г. Вплив різних форм безготівкових розрахунків на фінансовий стан підприємства / Х. Г. Якобець [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/yakobets-hg-vpliv-riznih-form-bezgotivkovih-rozrahunkiv-na-finansoviy-stand-pidpriemstva/>

УДК 330.14.01

Круш П.В.*канд. економ. наук, професор***Мастюк Д.О.***Національний Технічний Університет України «КПІ»*

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

THE EVOLUTION OF THEORETICAL APPROACHES TO DEFINITION OF ENTERPRISE CAPITAL ESSENCE.

Стаття присвячена питанню еволюції підходів до трактування сутності економічної категорії «капітал», а також розвитку теорій капіталу та вивченню його складових. У ретроспективі проаналізовано ключові дефініції сутності капіталу і його змісту різними вченими-економістами на

всіх етапах розвитку економічної думки: від класичної школи до неокласиків та інституціоналістів; визначено спільні риси щодо трактування сутності категорії «капітал» на сучасному етапі розвитку економічної науки та практики. Уточнено визначення категорії «капітал». Досліджено основні характеристики капіталу і визначено, що ключовими є обіговість, дохідність, ризиковість та періодичність використання. Систематизовано функції капіталу підприємства, до яких запропоновано відносити стартову, гарантійну, захисну, регулюючу та репрезентуючу. Досліджено та структуровано форми капіталу, а також джерела його формування на підприємстві. В рамках даної статті було акцентовано увагу саме на еволюції розуміння капіталу в процесі розвитку економічних відносин між ринковими агентами, диференціації його форм, функцій та джерел в сучасних умовах ведення господарської діяльності як основи для удосконалення механізмів управління капіталом, його структурою і розмірами.

Ключові слова: капітал, теорія, підхід, характеристика капіталу, функції капіталу, форми капіталу, еволюція.

Статья посвящена вопросу эволюции подходов к трактованию сущности экономической категории «капитал», а также развитию теорий капитала и изучения его составляющих. В рамках ретроспективы, проанализированы ключевые дефиниции сущности капитала и его содержания разными учеными экономистами на всех этапах развития экономической мысли: от классической школы до неоклассиков и институционалистов; определены общие черты относительно трактований сущности категории «капитал» на современном этапе развития экономической мысли и практики. Уточнено определение категории «капитал». Исследованы основные характеристики капитала и на этом основании определено, что ключевыми являются оборотность, доходность, рискованность и периодичность использования. Систематизированы функции капитала предприятия, к которым относятся стартовая, гарантийная, защитная, регулирующая и репрезентативная. Исследовано и структурировано формы капитала, а также источники его формирования на предприятии. В рамках данной статьи было акцентированно внимание именно на эволюции понимания капитала в процессе развития экономических отношений между рыночными агентами, дифференциации его форм, функций и источников в современных условиях ведения хозяйственной деятельности как основы для улучшения механизмов управления капиталом, его структурой и размерами.

Ключевые слова: капитал, теория, подход, характеристики капитала, функции капитала, формы капитала, эволюция.

The article is devoted to the evolution of treatments' approaches of such economic category essence as "capital", and development of theories that determines capital and investigate its components. Within retrospective view, the research have analyzed the crucial definitions of capital essence and its meanings provided by different scholars on all stages of economic thought development: from classic school of political economy to representatives of neoclassicism and institutionalism; the similarities of contemporary treatments were determined. The definition of capital was specified. The paper has investigated main characteristics of capital and defined that the relevant are specific rotation, profitability, riskiness and periodicity of usage. The functions of the enterprise capital were systematized, which includes starting function, guarantee, protective, regulative and representative functions. The forms of capital and sources of its formation at the enterprise were investigated and structured. Within the hereby research paper the accent was made particularly on the evolution process of capital understanding during the all period of economic relationship development, on the differentiation of its forms, functions and sources considering modern conditions of economic activity, as a basis for improving the capital management mechanisms, its structure and amount.

Key words: capital, theory, approach, characteristics of capital, functions of capital, forms of capital, evolution.

Вступ. Розвиток економічної думки протягом багатьох століть охоплював різні аспекти економічних відносин, як теоретичного, так і прикладного характеру. Одним з таких питань, яке поставало перед вченими та в цілому перед людством, було питання капіталу: його сутності, структури, форм і функцій тощо.

Наразі у економічній науці представлено значну кількість теоретичних концепцій зарубіжних і вітчизняних авторів щодо визначення економічної категорії «капітал». До вітчизняних дослідників, які звертають увагу на проблематику капіталу можна виділити В.Д. Базилевича, І.А. Бланка, І.В. Ліпсіца, Г.О. Крамаренко, Н.П. Мацелюха тощо. З поміж сучасних зарубіжних дослідників знач-

ний внесок у розвиток теоретичних і практичних положень щодо теорії капіталу, його структури і методології оцінки зробили такі як Дж. Нітзан, Ш. Біклер, С. Майерс, Р. Брелей, С. Брю, К. Макконелл та інші.

На сьогоднішній день трактування капіталу включає в себе сприйняття останнього і як фактору виробництва, і як грошового ресурсу, і як часу, і як праці тощо. В той же час відсутнє чітке структурування теоретичних аспектів стосовно капіталу, що може бути покладено у основу вдосконалення практичних механізмів управління ним, та, в свою чергу, дозволить більш ефективно управляти ресурсами підприємства.

Постановка завдання. Метою даної статті є ґрунтовне дослідження теоретичних положень та підходів щодо визначення сутності капіталу підприємства, структуризації його основних форм, характеристик і функцій, визначення основних джерел формування капіталу підприємства.

Методологія. У процесі дослідження було використано абстрактно-логічний метод – при узагальненні поняття капітал, його функцій, характеристик, форм та формулювання висновків, а також метод індукції і дедукції – для одержання певних умовиводів виходячи з аналізованої теоретичної бази та розширення знань; метод порівняння і систематизації – для визначення окремих ознак елементів, їх порівняння та зведення у певні групи за подібністю даній ознаці.

Результати дослідження. Аналіз наукової літератури свідчить, що категорія «капітал» була і є предметом вивчення багатьох наукових шкіл та напрямів: фізіократів, представників класичної школи, марксистів, неокласиків, інституціоналістів тощо. Тобто капітал є досить багатогранною категорією за своєю сутністю і сучасна економічна думка трактує його, відображаючи при цьому розвиток людства та еволюцію товарного виробництва, усієї сукупності соціально-економічних відносин.

Вперше змістовне визначення «капіталу» надав засновник класичної англійської школи політекономії А. Сміт, який запропонував розуміти його як «сукупності тих запасів, від яких очікується одержання прибутку та які використовуються для подальшого виробництва продукції» [2].

В свою чергу, К. Маркс у роботі «Капітал» вказує на те, що капітал це [4]: по-перше, гроші одержані від продажу певного товару, придбаного раніше, з врахуванням додаткової вартості. При цьому зазначається, що капітал формується у процесі $G - T - G'$, де економічна форма на початку і в кінці процесу одна і та ж – гроші, проте різниця спостерігається в кількості грошей. Відтак, капіталом є гроші на стадії G' , який включає авансовану вартість та додаткову вартість або прибуток; по-друге, самозростаюча вартість або ж такі виробничі відносини, які формуються при капіталістичному виробництві, за яких капіталіст експлуатує та монополює привласнює неоплачену працю найманих робітників.

Для більш глибокого вивчення категорії «капітал» доцільно провести узагальнення його ретроспективних трактувань у економічній думці (табл. 1) та провести порівняльний аналіз з розумінням його сутності сучасними економістами. Оскільки перші спроби описати поняття «капітал» були зроблені класиками економічної думки – зробимо перший акцент саме на трактуванні А. Сміта.

З наведеної таблиці видно, що капітал як матеріально-речовий ресурс розглядався такими вченими, як А. Сміт, Ж.-Б. Сей, Дж. Міль, О. Бем-Баверк, А. Маршалл, Дж. Кларк тощо; капітал, як відносини і як самозростаюча вартість розглядався К. Марксом. Водночас, Й. Шумпетер і І. Фішер враховували безпосередньо економічну складову капіталу і вивчали його не лише як гроші власника, а і як капіталовкладення, здатне приносити дохід.

Не дивлячись на різноманітність думок вчених, можна узагальнити поняття «капітал» як таке багатство, яке створюється відповідною працею, використовується в подальшому виробництві товарів та послуг і приносить дохід його власникові.

Таким чином, головною особливістю капіталу є процес його обігу з метою одержання прибутку. Саме цей аспект розглядався в праці К. Маркса «Капітал». На його думку: «...повна форма процесу, що розглядається, виражена таким чином: $G - T - G'$, де $G' = G + \Delta G$, тобто дорівнює сумі початкової авансованої вартості та деякого приросту. Цей приріст, або надлишок над початковою вартістю, називається додатковою вартістю. Таким чином, початково авансована вартість не тільки залишається в процесі обігу, але і збільшується на розмір додаткової вартості. І саме цей рух перетворює її в капітал... Оборот коштів в якості капіталу – є самоціль, так як зростання вартості відбувається в рамках цього руху. Тому рух капіталу не знає меж» [4].

У першій половині 20-го ст. І. Фішером було запропоноване трактування капіталу як «всеосяжного» та такого, що включає в себе всі блага, що приносять дохід протягом певного проміжку часу незалежно від напрямку застосування та сфери діяльності [5]. Тобто капітал став розглядатись як базова та системо-утворююча категорія економічної науки і практики господарювання на

всіх рівнях функціонування економічної системи. Проте, оскільки первинною ланкою економіки виступає підприємство (суб'єкт господарювання), то категорія капітал, у першу чергу, відображає особливості його функціонування у процесі суспільного відтворення.

Таблиця 1

Сутність капіталу на різних етапах еволюції економічної теорії

Прихильники	Трактування сутності капіталу
А. Сміт [2]	сукупність тих запасів, від яких очікується одержання прибутку та які використовуються для подальшого виробництва продукції;
Ж.Б. Сей [8]	один з основоположних елементів, який формує виробничі фонди, що в сукупності з працею та землею створює блага нації та національне багатство;
Дж. Стюарт Мілль [8]	результат минулої праці, що виражається у вигляді нагромаджених продуктів призначених для виробництва;
К. Маркс [4]	самозростаюча вартість, що приносить додаткову вартість; такі виробничі відносини, які формуються при капіталістичному виробництві, за яких капіталіст експлуатує та монополює привласнює неоплачену працю найманих робітників;
О. фон Бем-Баверк [2]	сукупність проміжних продуктів окремих стадій «непрямого циклу» виробництва; акцентував увагу на дохідності капіталу з урахуванням часу;
Й. Шумпетер [9]	капітал виступає економічним ресурсом – «купівельною силою» - для залучення необхідних засобів виробництва, з метою забезпечення науково-технічного прогресу суспільства;
А. Маршалл [5]	сукупність засобів виробництва, що формують його подальшу передумову. Головна властивість – генерація доходу в залежності від продуктивності факторів виробництва та їх відносної рідкості;
Дж. Бейтс Кларк [9]	запас виробничих благ, що вирізняються фізичною продуктивністю та є фундаментальною основою виробництва;
Дж. Мейнард Кейнс [6]	таке багатство, яке здатне приносити дохід. Капітал формується з багатства за умови перевищення доходу над банківським відсотком;
І. Фішер [5]	дисконтований дохід від капіталовкладення, що формується незалежно від сфери та характеру діяльності.

Загальне визначення сутності економічної категорії «капітал» сучасними економістами виходить з вказаних положень та дає можливість розробляти власні концепції до розуміння даної економічної категорії та структури капіталу підприємства.

Можна надати досить велику кількість сучасних дефініцій капіталу, проте зосередимося на декількох з них та врахуємо досвід як вітчизняних вчених, так і іноземних (табл. 2).

Таблиця 2

Трактування сутності поняття «капітал» сучасними вченими-економістами

Автор	Визначення
1	2
Абалкін Л.І. [1]	те, що здатне приносити дохід, чи ресурси, створені людьми для виробництва товарів і послуг; вкладене в певну діяльність джерело у вигляді засобів виробництва;
Бланк І.А. [2]	сукупна вартість засобів, представлених у матеріальній, грошовій та нематеріальній формах, що інвестована у формування активів;
Балабанов І.Т. [8]	та частина фінансових ресурсів, яка випущена в обіг у вигляді грошей, а також сума прибутку, що приносять дані гроші;
Ліпсіц І.В. [2]	весь промислово-технічний апарат, який був створений з природних ресурсів людством для розширення можливостей виробництва необхідних їм благ;
Мацелюх Н.П., Максименко І.А. [5]	авансована самозростаюча вартість; вкладання, що приносять дохід;
Мочерний С.В. [5]	система відносин економічної власності, за яких знаряддя праці та інші об'єкти власності дають змогу власникам знарядь привласнювати частину чужої неоплаченої праці у всіх сферах суспільного відтворення;

1	2
Крамаренко Г.О., Чорна О.Е. [3]	фінансові ресурси, за допомогою яких організовується господарська діяльність, а також, які використовуються в господарському процесі з метою одержання прибутку;
Катан Л.І. [3]	це запас благ у формі грошових коштів і капітальних товарів, що залучаються в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах;
Брю С., Макконелл К. [1]	ресурси, створенні в результаті процесу виробництва та використовуються для виробництва товарів і послуг; товари, які безпосередньо не задовольняють потреби людини: інвестиції, засоби виробництва;
Нітзан Дж., Біклер Ш. [12]	така сукупність кількісно вираженого фінансового фонду та фізичних засобів, які характеризуються певними якостями, що направлена на одержання доходу;
Брелей Р., Майерс С. [11]	сукупність фінансових інструментів, випущених у вільний обіг та підкріплених реальними активами, що здатні приносити дохід;

Узагальнимо, що в процесі розвитку економічної думки підходи до визначення сутності капіталу ґрунтувались на розумінні останнього як: 1) фактору виробництва у вигляді запасів, результатів праці тощо; 2) суспільних відносин, сформованих в процесі виробництва та обміну; 3) фінансово-економічного ресурсу у вигляді грошей, здатного приносити дохід у вигляді відсотка. Тобто історично можна виділити такі основні підходи до вивчення капіталу (рис. 1).



* складено автором на основі [1-12]

Рис. 1. Підходи до визначення сутності капіталу

Як свідчить рис. 1., історично, розвиток концепцій до визначення сутності капіталу відбувався від предметно-функціонального до грошового підходу. Протягом даного періоду вчені відштовхувались від попередніх поглядів на капітал та, скоріше, доповнювали ніж формували нові теоретичні по-

ложення. Кожен з них формулював своє бачення капіталу оперуючи однією або декількома його властивостями. Проте, в силу того, що універсальним визначником вартості на поточному етапі розвитку економічних відносин виступають гроші – існує сенс для доповнення грошової концепції трактування капіталу. Від початку господарської діяльності капітал приймає грошовий вираз, а в процесі кругообігу проявляється у різних його формах: ресурсах, запасах, виробничих засобах, фондах, результатах діяльності. Таке розуміння сутності капіталу у процесі еволюції вказаних підходів характеризує також і джерела та процес його формування, структуру.

Проаналізувавши широку базу визначень категорії «капітал» [1-6, 8-10] можна зробити такі висновки:

1) не дивлячись на різноманітність трактувань капіталу, основні підходи – які визначають його сутність – залишаються актуальними і на сьогоднішній день, а саме це: предметно-функціональний, соціально-економічний, грошовий, часової концепції та капіталовкладення;

2) основний акцент дослідників, як вітчизняних, так і зарубіжних, робиться на таких характеристиках капіталу, як його постійний обіг та дохід, який він приносить;

3) спостерігається різниця у принципах досліджень вітчизняних і зарубіжних економістів. Тобто, в зарубіжній літературі «капітал» розуміється, як чітко уніфікована категорія і дослідники не намагаються внести корективи у вже існуючі трактування – основна мета полягає у глибокому аналізі попередніх досліджень. В той час, як вітчизняні економісти намагаються внести у визначення власне розуміння даної категорії.

Даний аналіз дає змогу зрозуміти, що категорія «капітал», за своєю сутністю, є досить широка, що підтверджує велика кількість інтерпретацій його визначення. Якщо провести узагальнення та уточнення даної категорії, то можна зазначити, що капітал – це економічний ресурс, який формується з джерел утворення та сукупності різнорідних основних і оборотних засобів підприємства, які мають вартість, підпорядковується власникові, спрямований на виробництво та визначається такими характеристиками, як: обіговість, дохідність, ризиковість та періодичність використання. Він виступає у вигляді сукупності усього, що має вартість: вкладення, праця, інформація, інтелектуальна власність, основні і оборотні фонди тощо – тобто те, що визначає процес господарської діяльності ринкового суб'єкта та формує умови для цього процесу, а також проміжні форми і результати даної діяльності.

Капітал, як і будь-яка економічна категорія, визначається певними характеристиками, які значно впливають на ведення виробничо-господарської діяльності будь-якого суб'єкту господарювання і розкривають його глибинний зміст. До таких характеристик відносяться [3, 5, 12]:

– капітал виступає одним з основних факторів виробництва;

– капітал, як фінансовий ресурс підприємства, характеризується певним рівнем дохідності та рівнем ризику;

– капітал – це основне джерело генерації добробуту власників виходячи з рівня доходності і ризику;

– капітал визначає власну середньозважену вартість, а також ринкову вартість підприємства;

– динаміка зміни капіталу визначає ефективність господарської діяльності підприємства.

Наведені характеристики дають змогу сформулювати ряд функцій капіталу підприємства (суб'єкта господарювання). Крамаренко Г.О і Чорна О.Є. визначають такі як [3]:

1) фінансова функція;

2) виробнича функція;

3) функція відтворення;

4) накопичення;

5) інвестування;

6) функція вартісної оцінки.

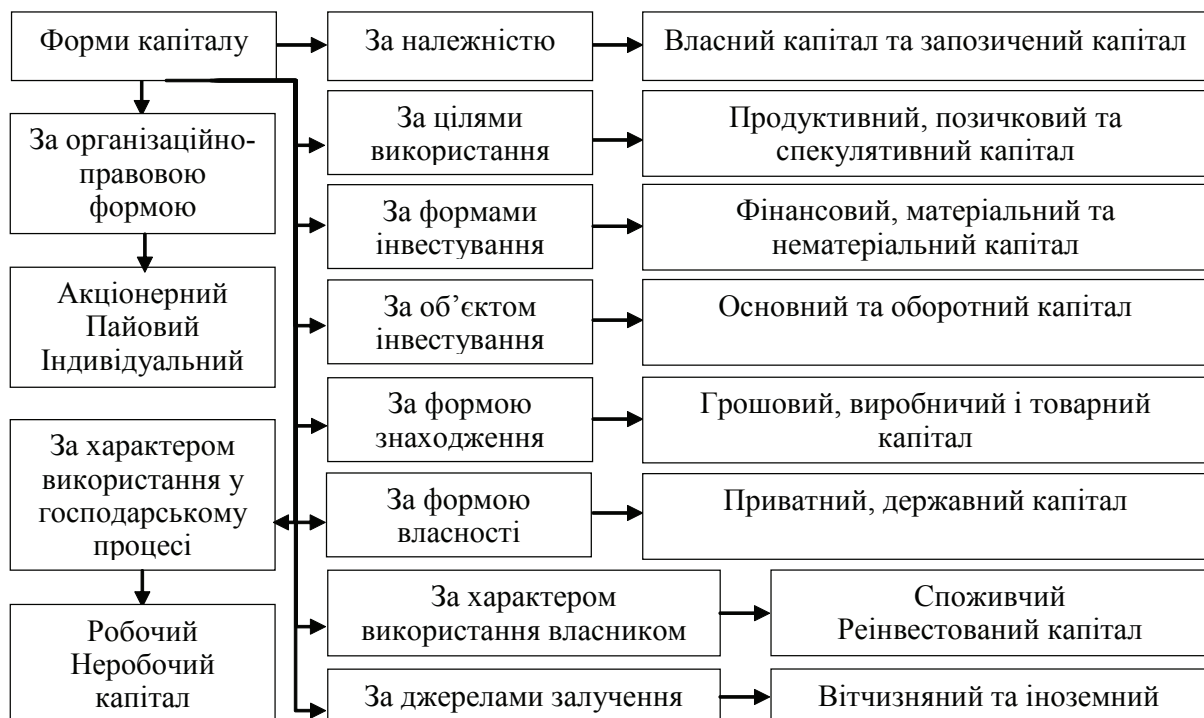
Просолова С.П. та Вовченко О.С. обмежуються лише трьома функціями капіталу, а саме [9]: захисною, оперативною та регулятивною. В свою чергу Терещенко О.О. формує широкий перелік функцій капіталу, який включає в себе функції [10]: 1) заснування; 2) відповідальності; 3) захисту; 4) фінансування та ліквідності; 5) управління дивідендами; 6) розподілу майна; 7) управління та контролю; 8) рекламна функція. Виходячи з наведених характеристик капіталу можна уточнити відповідні його функції (табл. 3).

Наступним кроком у виявленні та уточненні сутності капіталу є систематизація існуючих форм капіталу в залежності від різних критеріїв групування (рис. 2). Слід також відмітити, що капітал підприємства одночасно включає в себе усі наведені характеристики і не може бути віднесеним лише до одної або декількох груп.

Функції капіталу підприємства

Функція	Сутність
Стартова функція	капітал виступає стартовою ланкою у започаткуванні та веденні господарської діяльності підприємства;
Гарантійна функція	капітал підприємства виступає кредитним забезпеченням для кредиторів. Розмір і структура капіталу впливають на розмір збитків, які здатне понести підприємство у критичній ситуації;
Захисна функція	включає в себе забезпечення життєдіяльності підприємства, фінансування діяльності та забезпечення ліквідності, забезпечення незалежності від кредиторів;
Функція регулювання	дана функція покриває формування дивідендної політики, управління і контроль за діяльністю власників, формуванням резервних фондів і реінвестиціями, кадрову політику тощо;
Функція репрезентування	капітал визначає ступінь довіри до підприємства з боку кредиторів, інвесторів, клієнтів та інших контрагентів.

* уточнено автором на основі [7, 10, 11]



* складено автором на основі [2, 6, 7]

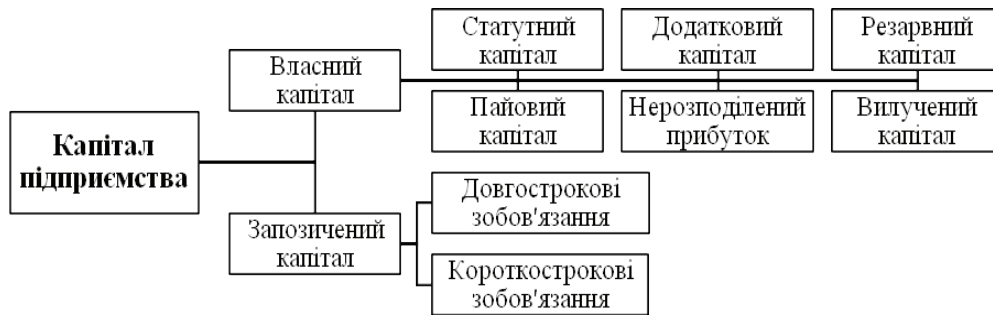
Рис. 2. Систематизація форм капіталу за критеріями його групування

Така структура узагальнено відображає усі форми капіталу, які широко використовуються підприємством в процесі господарської діяльності. Деякі форми капіталу визначають відповідні джерела фінансування. Такими джерелами фінансування є власні або запозичені, тобто формують власний та запозичений капітал (рис. 3).

Власний капітал – це джерела, внесені засновниками підприємства, з метою фінансування його діяльності, розмір реінвестицій, сформованих з накопиченого прибутку, а також дарчий капітал. В свою чергу власний капітал (власні джерела фінансування) включає в себе: статутний, пайовий, додатковий, резервний і вилучений капітали, а також суму нерозподіленого прибутку.

Запозичений (позиковий) капітал – це зовнішні джерела сформовані з банківських кредитів, облігаційних позик, позик фінансових компаній, різного роду кредиторської заборгованості, лізингу, податків, комерційних паперів тощо. Поділяються на довгострокові зобов'язання і короткострокові зобов'язання. Зазначені джерела фінансування діяльності підприємства складають базу для формування структури капіталу і являють собою загальний капітал фірми.

Таким чином, у сукупності визначені сутнісні властивості та риси, структура, його форми, джерела та функції закладають основи більш глибокого розуміння змісту капіталу.



* складено автором на основі [8]

Рис. 3. Джерела фінансування капіталу підприємства

Висновки. У процесі дослідження *дістав подальшого розвитку* понятійно-категоріальний апарат теорії капіталу у частині уточнення поняття «капітал», який, на відміну від наявних, запропоновано трактувати як економічний ресурс, який формується з джерел утворення та сукупності різнорідних основних і оборотних засобів підприємства, які мають вартість, підпорядковується власникові, спрямований на виробництво та визначається відповідними характеристиками (обіговість, дохідність, ризиковість, періодичність використання) і у сукупності у процесі кругообігу покликаний реалізувати стартову, гарантійну, захисну, регулюючу та репрезентативну функції. Запропоноване визначення сутності капіталу та його функцій не лише відображає еволюцію змісту даної економічної категорії, а і орієнтоване на розкриття значення капіталу у процесі функціонування підприємства протягом усього життєвого циклу.

Теоретичне та практичне значення дослідження полягає у системному ретроспективному аналізі теорій капіталу, їх структуруванні за відповідними підходами та визначенні на цій основі тих особливостей капіталу, які виступають ключовими не лише у контексті побудови сучасної теорії капіталу, а і формування відповідних механізмів управління ним. Аналогічну теоретичну і практичну роль виконують систематизація форм капіталу і джерел його фінансування. Зокрема, обґрунтовано, що капітал на початковому етапі (залучення) розглядається саме як фінансовий ресурс. В процесі господарської діяльності він приймає різні форми (основні, оборотні засоби, інвестиційні активи, грошові вкладення тощо), проте на кінцевому етапі кругообігу повертається до власника у формі грошового прибутку – він в свою чергу виступає оновленим капіталом, який повторно вводиться до процесу господарської діяльності і, таким чином, забезпечує не лише процес відтворення діяльності підприємства, його ресурсів, компетенцій тощо, а й увесь процес суспільного відтворення (увводить у дію і підтримує взаємодію між виробництвом, обміном, розподілом і споживанням).

В перспективних подальших наукових розробках за даним напрямом можуть бути досліджені основні напрями формування комплексної теорії капіталу та формування на цій основі теоретичних, методичних і прикладних положень щодо механізмів управління капіталом, його структурою і розмірами.

Література:

1. Абалкин Л.И. Экономическая энциклопедия. / Л.И. Абалкин. – М.: Издательство «Экономика», 1999. – 780 с.
2. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: «Знання-Прес», 2008. – 719 с.
3. Крамаренко, Г.О. Фінансовий менеджмент [Текст]: підручник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна; Дніпропетровський ун-т економіки та права. – К.: «ЦНЛ», 2006. – 520 с.
4. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии [Текст]: Том 1, книга 1: процесс производства капитала. Отел второй, глава четвертая: превращение денег в капитал. / К. Маркс. – М.: «Политиздат», 1983. – 737 с.
5. Мацелюх Н.П. Історія економіки та економічної думки. Політична економія. Мікроекономіка. Макроекономіка [Текст]: Навч. посіб. 2-ге вид. перероб та доп. / Мацелюх Н.П., Максименко І.А. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 382 с.
6. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств, четверте видання: Підручник / За ред. професора А.М. Поддєрьогіна – К.: КНЕУ, 2002.

7. Прасолова С. П. Банківські операції [текст]: навч. посіб. та практ. / П 70 С. П. Прасолова, О. С. Вовченко – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 568 с.
8. Савицька В.Г. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. 3-тє видання, випр. і доп. / В.Г. Савицька. – К.: «Знання», 2007. – 668 с.
9. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія. [Текст]: навч. посіб. / А.В. Сірко – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 416 с.
10. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання [Текст]: Навч. посібник. / О.О. Терещенко — К.: КНЕУ, 2003. — 554 с.
11. Brealey R.A. Principles of Corporate Finance, 10th edition. / R.A. Brealey, S.C. Myers. – 969 p. – 2011.
12. Nitzan, Jonathan. Capital as power: a study or order and creorder / Jonathan Nitzan and Shimshon Bichler. – 438 p. cm.

УДК 657.47:658.27

Лободзинська Т.П.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЩОДО ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПОЛІПШЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕТА ЗАТРАТ НА УЛУЧШЕНИЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

REGULATORY SUPPORT COST ACCOUNTING FOR IMPROVEMENT OF FIXED ASSETS

У статті досліджено і проаналізовано нормативно-правове забезпечення та виділено розбіжності у фінансовому і податковому обліку, що стосуються витрат на поліпшення основних засобів. Також визначено вимоги щодо віднесення витрат на поліпшення основних засобів у бухгалтерському і податковому обліку. Досліджено, що від результатів обліку витрат на поліпшення основних засобів, залежить правильність визначення фінансового результату в бухгалтерському обліку та правильність визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток, у чому, в першу чергу, зацікавлені власники та керівництво підприємства. Доведено, що правильна і раціональна організація бухгалтерського обліку витрат на поліпшення об'єктів основних засобів має велике значення для забезпечення об'єктивного відображення на бухгалтерських рахунках зазначених витрат і облікової вартості поліпшених основних засобів. Висвітлено проблеми щодо обліку витрат на поліпшення основних засобів в процесі адаптації Національних положень бухгалтерського обліку до Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та досліджено методику обліку основних засобів, що зазнала суттєвих змін у результаті реформування системи обліку.

Ключові слова: нормативно-правове забезпечення, облік витрат на поліпшення основних засобів, бухгалтерський і податковий облік.

В статье исследовано и проанализировано нормативно-правовое обеспечение и выделены различия в финансовом и налоговом учете, касающиеся расходов на улучшение основных средств. Также определены требования по отнесению расходов на улучшение основных средств в бухгалтерском и налоговом учете. Доказано, что от результатов учета расходов на улучшение основных средств, зависит правильность определения финансового результата в бухгалтерском учете и правильность определения объекта налогообложения налогом на прибыль, в чем, в пер-

вую очередь, заинтересованы владельцы и руководство предприятия. Доказано, что правильная и рациональная организация бухгалтерского учета расходов на улучшение объектов основных средств имеет большое значение для обеспечения объективного отражения на бухгалтерских счетах указанных расходов и учетной стоимости улучшенных основных средств. Освещены проблемы по учету расходов на улучшение основных средств в процессе адаптации Национальных положений бухгалтерского учета с Международными стандартами бухгалтерского учета, а также исследована методика учета основных средств, претерпевшая существенные изменения в результате реформирования системы учета.

Ключевые слова: нормативно-правовое обеспечение, учет расходов на улучшение основных средств, бухгалтерский и налоговый учет.

This article explores and analyzes the regulatory and legal framework and identified differences in financial and tax accounting related expenses for the improvement of fixed assets. Also the requirements to assign costs to improve fixed assets accounting and tax accounting. Investigated that the outcome of cost accounting for fixed assets improvement depends correct definition of financial results in accounting and correct definition of taxable income, what primarily interested owners and management. It is proved that the correct and rational organization of accounting costs for improvement of fixed assets is important to provide objective accounts to reflect these costs and improved book value of fixed assets. The problems concerning cost accounting for fixed assets improvement in the adaptation of national accounting regulations to International Accounting Standards and studied method of fixed assets that has undergone significant changes as a result of reform of the accounting system.

Keywords: regulatory support, cost accounting for the improvement of fixed assets, accounting and tax accounting.

Вступ. Невід'ємною частиною майна будь-якого підприємства є основні засоби, без яких неможливе здійснення господарських процесів.

Перехід України на принципи і методи ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності відповідно до Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку зумовив істотні зміни в порядку ведення бухгалтерського обліку основних засобів.

Економічні перетворення, які здійснюються в Україні протягом останніх років, спрямовані на реформування господарського механізму, адекватного ринковій економіці. Одним із важливих завдань, які стоять перед бухгалтерським обліком, є надання інформації про витрати на поліпшення основних засобів з метою ефективного управління виробничо-фінансовою діяльністю підприємства. Однак, якість такої інформації та об'єктивність її відображення у звітності останнім часом втрачають свою корисність для користувачів. Головною причиною такої ситуації є слабка методична розробка нормативних документів, що регулюють облік витрат на поліпшення основних засобів, неврегульованість норм податкового законодавства, їх постійні зміни та стрімка адаптація Національних положень бухгалтерського обліку до Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

Розгляду важливих аспектів нормативно-правового забезпечення обліку витрат на поліпшення основних засобів присвячено наукові праці багатьох авторів, а саме: С.Ф. Голова [9], Д.Р. Кетлетта, Г.І. Олеховича, Г.Є. Павлової [10], В.В. Сопка [11], М.Г. Чумаченка, О.В. Чернецької [10], В.Г. Швеця [12] та ін. Огляд наукових праць дозволив констатувати, що означені питання залишаються у дискусійній площині і потребують подальшого вивчення.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що у результаті реформування системи обліку суттєвих змін зазнала методика обліку основних засобів. Дослідження розбіжностей у фінансовому і податковому обліку, які стосуються витрат на поліпшення основних засобів, може виявити значні резерви підвищення ефективності їх використання, що і обумовлює актуальність, теоретичну і практичну значущість наукового дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є порівняння вимог щодо віднесення витрат на поліпшення основних засобів у бухгалтерському і податковому обліку. Поставлена мета зумовила вирішення основних завдань:

- дослідити і проаналізувати нормативно-правове забезпечення щодо обліку витрат на поліпшення основних засобів;
- виділити розбіжності у фінансовому і податковому обліку, які стосуються витрат на поліпшення основних засобів.

Методологія. Теоретичну та методологічну основою дослідження складають загальнонаукові та економічні методи: системно-структурного аналізу, аналогій, аналізу та синтезу. Дослідження

ґрунтується на аналізі матеріалів законодавчого характеру, фактичного матеріалу, наукових праць українських та зарубіжних вчених.

Результати дослідження. Організація бухгалтерського обліку на підприємствах регламентується низкою законодавчих актів. Важливим є Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні». Цей закон визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні. Згідно даного документу бухгалтерський облік є обов'язковим видом обліку, який ведеться підприємствами, так як фінансова, податкова, статистична та інші види звітності, що використовують грошовий вимірник, ґрунтуються на даних бухгалтерського обліку. Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві, відповідальність за правильність його ведення несе власник або уповноважений орган, який здійснює керівництво підприємством відповідно до законодавства та установчих документів [1].

Термін «поліпшення основних засобів» з'явився в Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств» №334/94-ВР від 28.12.1994р. [3].

Слід наголосити увагу на тому, що одним із проблемних питань в частині обліку витрат на поліпшення основних засобів є його нормативно-правове регулювання. Основним нормативним документом з обліку експлуатації та вибуття основних засобів є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 (П(С)БО7) «Основні засоби»[7], яке визначає концептуальні основи формування у бухгалтерському обліку інформації про основні засоби підприємства та її розкриття у фінансовій звітності. Достовірність і повнота інформації в частині основних засобів забезпечується нормативними документами з бухгалтерського обліку на різних рівнях. Дані нормативні документи мають різний правовий статус, формуючи у загальному чотири рівні регулювання бухгалтерського обліку основних засобів, що подані на рис.1, де видно, що держава регулює лише деякі аспекти обліку витрат на поліпшення основних засобів, залишаючи при цьому широкий спектр варіативності, що надає можливість власникам обирати оптимальний альтернативний варіант, враховуючи специфіку суб'єкта господарювання, що забезпечить досягнення поставленої ними мети.

За міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) порядок відображення витрат на поліпшення основних засобів та розкриття інформації про них у фінансовій звітності визначається МСФЗ 16 «Основні засоби»[5]. Відповідно до п. 24 МСФЗ 16 «Основні засоби», наступні видатки, що пов'язані з об'єктом основних засобів і вже були визнані, повинні додаватись до балансової вартості цього активу, коли є ймовірність, що майбутні економічні вигоди, які перевищують первісно оцінений рівень продуктивності існуючого активу, будуть надходити до підприємства.

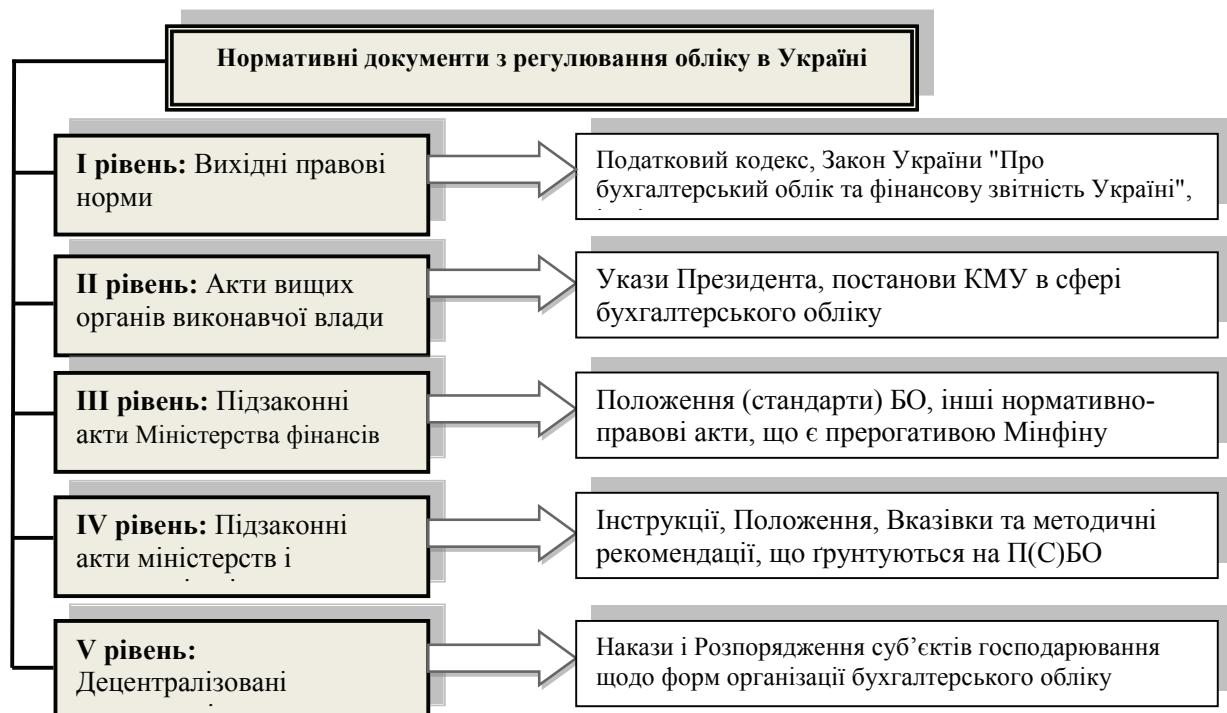


Рис. 1. Рівні законодавчого регулювання бухгалтерського обліку в Україні

Всі інші наступні видатки повинні визнаватись як витрати періоду, коли вони були понесені. У п. 25 МСФЗ 16 «Основні засоби» визначено, що наступні видатки на основні засоби визнаються як актив тільки тоді, коли вони поліпшують стан активу, підвищуючи оцінений спочатку рівень його продуктивності. До варіантів поліпшення, що ведуть до збільшення майбутніх економічних вигід, відносять: модифікацію об'єкта з метою подовження строку корисної експлуатації, включаючи збільшення його виробничої потужності; поновлення частин машин для досягнення значного поліпшення якості продукції, що випускається; упровадження нових виробничих процесів, що надають можливість значно зменшити оцінені спочатку операційні витрати. Видатки на ремонт та обслуговування основних засобів забезпечують відновлення або підтримання об'єкта в робочому стані. Оскільки в результаті їх здійснення не передбачено збільшення майбутніх економічних вигід, які підприємство може очікувати від оціненого спочатку рівня продуктивності активу, то вони здебільшого визнаються – як витрати періоду, коли були понесені. Порівняльний аналіз міжнародних, національних стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності та податкового законодавства України виявив, що крім відсутності чіткого визначення поняття «поліпшення основних засобів», у кожному з розглянутих нормативно-правових актів є розбіжності у переліку видів такого поліпшення, що ускладнює обліковий процес будь-якого підприємства (рис. 2). Таким чином, методологічні засади бухгалтерського обліку витрат на поліпшення та ремонт основних засобів встановлені Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 24.04.2000р. № 92 зі змінами та доповненнями, внесеними до нього згідно з наказами Міністерства фінансів України від 30.11.2000р. № 304 і від 25.11.2002р. № 989, а також Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку № 291. Податковий облік витрат, пов'язаних із поліпшенням основних засобів регламентується статтею 146 п.11 та п. 12 Податкового кодексу України[6]. Однак у чинних нормативних документах ці питання відображені не повною мірою. Згідно П(С)БО 7 п.14 «Первісна вартість основних засобів збільшується на суму витрат, пов'язаних з поліпшенням об'єкта (модернізація, модифікація, добудова, дообладнання, реконструкція тощо), що приводить до збільшення майбутніх економічних вигід, первісно очікуваних від використання об'єкта».

Слід зауважити, що порядок відображення в бухгалтерському обліку витрат на поліпшення об'єктів основних засобів Інструкцією № 291 «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій» [8]. на сьогоднішній день не регламентується. Проведені дослідження економічної літератури та практичний досвід засвідчує, що з метою раціональної організації синтетичного й аналітичного обліку названих витрат доцільно всі витрати, пов'язані з поліпшенням об'єктів основних засобів, відносити на рахунок 15 «Капітальні інвестиції». Для цього до даного рахунку необхідно відкрити додатковий субрахунок 156 «Витрати на поліпшення об'єктів основних засобів».

Наступним об'єктом обліку, на якому доцільно зупинитися, є облік витрат на ремонт (капітальний, поточний) основних засобів. Так, згідно з п. 15 П(С)БО 7 «Основні засоби»[7]: «Витрати, які здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані, що приводить до збільшення майбутніх економічних вигід, первісно очікуваних від використання об'єкта, включають в склад витрат». Таким чином, на суму витрат на проведення ремонту основних засобів вартість основних засобів не збільшується, а дана сума списується на витрати звітного періоду.

Відповідно до Податкового кодексу України п. 12 ст. 146 [6], платник податку має право, суму витрат, що пов'язані з ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів, в тому числі орендованих або отриманих в концесію, у розмірі, що не перевищує 10 відсотків сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів на початок такого звітного року віднести до витрат з метою оподаткування того звітного податкового періоду, в якому такі поліпшення або ремонт були здійснені.

Тому, платники податків, включаючи другий квартал 2012 року, відносили витрати на ремонт та поліпшення основних засобів в тому періоді в якому вони були здійснені. Нова редакція статті 146 п.12 із 1 липня 2012 року дещо змінила порядок віднесення витрат на ремонт та поліпшення основних засобів і виклала його наступним чином: «Сума витрат, що пов'язана з ремонтом та поліпшенням об'єктів основних засобів, в тому числі орендованих або отриманих в концесію, у розмірі, що не перевищує 10 відсотків сукупної балансової вартості всіх груп основних засобів на початок такого звітного року відноситься платником податку до складу витрат».

Це засвідчує той факт, що за податковими законами витрати на ремонт та поліпшення основних засобів в межах 10% ліміту відносяться на витрати в період їх виникнення, а витрати понад ліміт збільшують первісну вартість основних засобів. Тобто, платник податків, навіть не очікуючи

закінчення ремонту (поліпшення), має право лімітні витрати віднести до складу: виробничих, загальновиробничих, адміністративних, витрат на збут та інших операційних витрат. Але при ремонті (поліпшенні) виробничих та загальновиробничих основних засобів такі лімітні витрати прямо або шляхом розподілу загальновиробничих витрат формують собівартість реалізованих товарів, а основних засобів адміністративного призначення - адміністративні витрати. Спираючись на тлумачення податкового кодексу, бачимо, що податкова собівартість реалізованих товарів розраховується за правилами, ідентичними правилам бухгалтерського обліку (пп. 14.1.228 Податкового кодексу України)[6]. Розглядаючи правила включення ремонтно-поліпшувальних витрат до собівартості, слід зауважити, що відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби», яким передбачено зовсім різні підходи до обліку витрат на ремонт та на поліпшення основних засобів. Витрати на ремонт виробничих або загальновиробничих основних засобів повною сумою потрапляють до собівартості прямо (Дт 23) або через загальновиробничі витрати (Дт 91) за датою їх виникнення. Щодо витрат на поліпшення виробничих або загальновиробничих основних засобів, то П(С)БО 7 не дозволяє визнавати їх повною сумою у собівартості або загальновиробничих витратах, тобто списувати їх туди, минаючи амортизацію. Згідно п. 14 вищевказаного положення, витрати на поліпшення об'єктів основних засобів збільшують їх первісну вартість. Тобто, в бухгалтерському обліку такі витрати капіталізують і вони включаються у собівартість лише по мірі нарахування амортизації. Аналогічна ситуація складається із витратами на ремонт (поліпшення) основних засобів адміністративного призначення та витратами на основні засоби, пов'язаними із збутом продукції.

Підводячи підсумок, необхідно зосередити увагу на тому, що досліджені нормативно-правові документи визначають юридичний зміст процесів формування господарських операцій, створюють юридичну базу з обліку витрат на поліпшення основних засобів на підприємстві, і як наслідок – необхідність організації їх бухгалтерського обліку. Таким чином, діюча нормативна база формує систему юридичних засад щодо бухгалтерського обліку витрат на поліпшення основних засобів на підприємстві. Стосовно стану законодавчої бази України слід вказати, що структура її побудована таким чином, щоб охопити всі сфери господарювання та визначити основні принципи підприємницької діяльності. Інакше кажучи, чинні закони та нормативні акти спрямовуються на встановлення певних рамок та нормативів господарювання, які дозволяють кожному суб'єкту (підприємству або приватній особі) отримувати прибутки від своєї діяльності на засадах законності, економічного використання ресурсів і виконання зобов'язань перед суспільством і державою. У разі недоотримання встановлених нормативів законодавством передбачені відповідні санкції.

Негативним аспектом, на нашу думку, є той факт, що до кожного нормативно-правового документу додається цілий перелік змін та доповнень, які необхідно відслідковувати і враховувати у практичній діяльності.

Висновки. Узагальнюючи вищевикладене, зауважимо, що облік витрат на поліпшення основних засобів є складним процесом та має низку особливостей, що, головним чином, зумовлено новими вимогами податкового законодавства і специфічністю обліку операцій з поліпшення основних засобів та їх впливом на оцінку вартості об'єктів.

Досліджено, що у податковому обліку на відміну від бухгалтерського, витрати на ремонтні роботи поділяються на утримання основних засобів (технічне обслуговування), а також ремонти та поліпшення основних засобів (реконструкція, модернізація та інші види поліпшень). Зрештою у податкових цілях до однієї групи потрапляють як поліпшення, так і всі ремонти незалежно від їхнього виду.

Таким чином, порядок організації та ведення бухгалтерського обліку витрат на поліпшення основних засобів сприятиме правильному й раціональному застосуванню на підприємствах і організаціях нормативно-правових документів. Правильна і раціональна організація бухгалтерського обліку витрат на поліпшення об'єктів основних засобів має велике значення для забезпечення об'єктивного відображення на бухгалтерських рахунках зазначених витрат і облікової вартості поліпшених основних засобів, а також для одержання необхідних даних для розкриття інформації про основні засоби в Примітках до фінансової звітності підприємства. Від результатів обліку витрат на поліпшення основних засобів, залежить правильність визначення фінансового результату в бухгалтерському обліку та правильність визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток, у чому, в першу чергу, зацікавлені власники та керівництво підприємства.

У ході подальшого дослідження будуть вивчатися проблеми щодо обліку і оподаткування витрат на ремонт та поліпшення основних засобів з урахуванням змін у нормативно-правових документах.

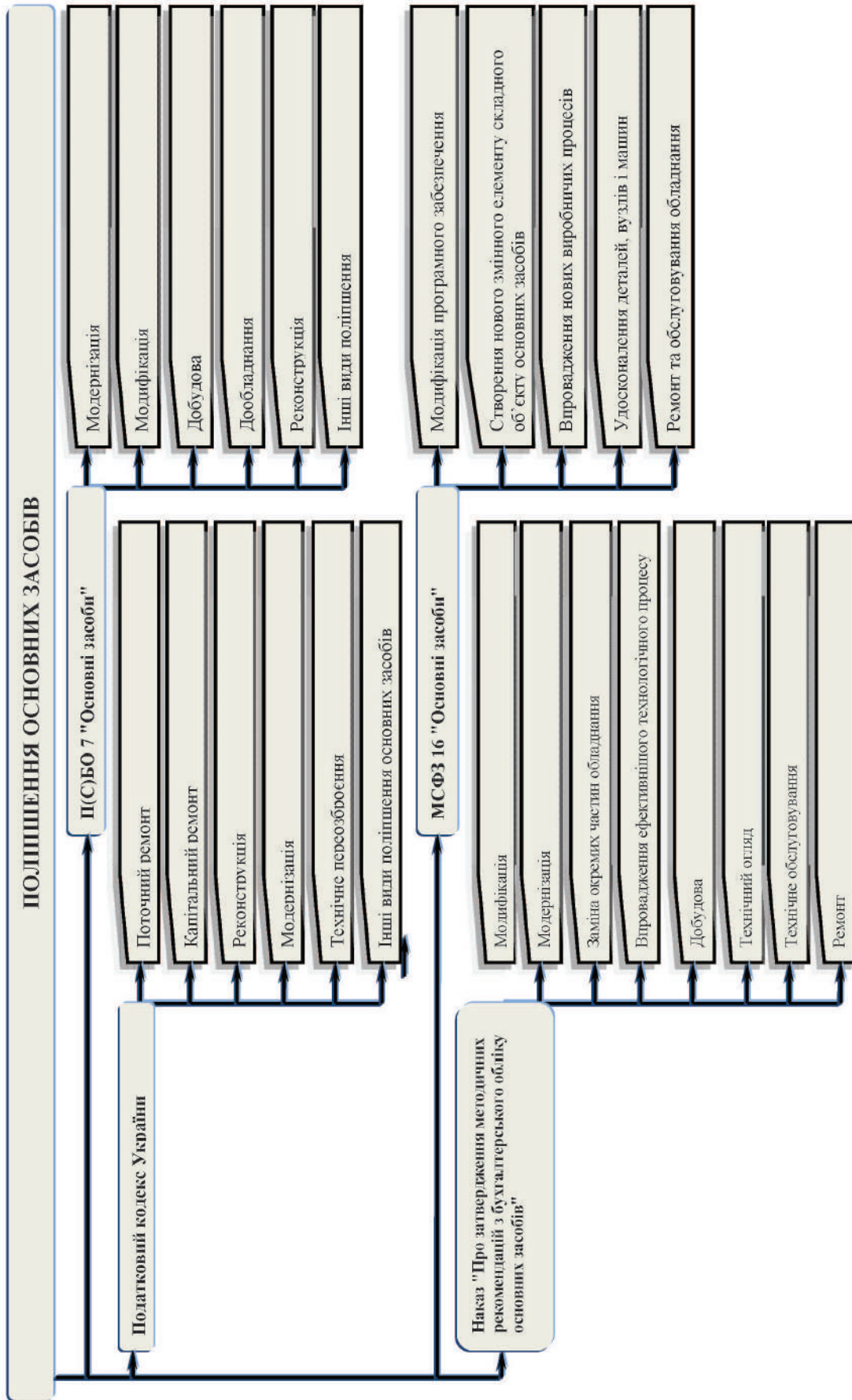


Рис. 2. Види поліпшення основних засобів відповідно до норм чинного законодавства в Україні

Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV // Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 30.09.2003 р. № 561 // Нормативно-правове забезпечення бухгалтерського обліку в Україні. - К.: ННЦ «ІАЕ», 2012. - 636 с. – С. 483-495.
3. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств», 28.12.1994р., №334/94-ВР, із змінами і доповненнями. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
4. Наказ Міністерства фінансів України „Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів” № 561 від 30.09.2003. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
5. МСФЗ 16 «Основні засоби» [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.kiev.ua>.
6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами та доповненнями від 20.09.2011 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27 квіт. 2000 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
8. Наказ Мінфіну України від 30.11.1999 р. № 291 « Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування»
9. Голов С.Ф., Костюченко В.М. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: Практичний посібник./ С.Ф. Голов, В.М. Костюченко. – К.: Лібра, 2001. – 354 с.
10. Павлова Г.Є., Чернецька О.В. Фінансовий облік активів аграрних підприємств: навч.посібник / Г.Є.Павлова, О.В. Чернецька // МОНМС України, Дніпропетр.держ.аграр.ун-т. – Донецьк: Юго-Восток, 2012. – 392 с.
11. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: навч.посібник / В.В.Сопко. – К.: КНЕУ, 2006. – 526 с.
12. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку:– 3-тє вид., перероб. і доп. / В.Г. Швець. – К.: Знання, 2008. – 535 с.

References:

1. Law of Ukraine «On a record-keeping and financial reporting in Ukraine» from 16.07.99 – 996-xiv // access Mode: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Methodical recommendations from the record-keeping of the fixed assets, ratified the order of Ministry of finance of Ukraine from 30.09.2003 № 561 // Normatively legal providing of record-keeping in Ukraine. - K.: NNC "IAE", 2012. - 636 s. – S. 483-495.
3. Law of Ukraine «On taxation of income of enterprises», 28.12.1994r., № 334/94-VR, with changes and additions. it is access Mode: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
4. An order of Ministry of finance of Ukraine is „About claim of Methodical recommendations from the record-keeping of the fixed assets” № 561 from 30.09.2003. is access Mode: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
5. MSFZ 16 the «Fixed assets» [Electronic resource] / Verkhovna Rada of Ukraine. it is access Mode : <http://www.zakon.rada.kiev.ua>.
6. There is an internal revenue code of Ukraine from 02.12.2010 № 2755-vi (with changes and additions from 20.09.2011) [Electronic resource]. it is access Mode: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
7. Position (standard) of record-keeping 7 the «Fixed assets». Zatverdzheno nakazom of Ministry of finance of Ukraine № 92 from 27 kvit. in 2000 [Elektronniy resurs] / Verkhovna Rada of Ukraine. it is access Mode : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
8. There is an order of Minfinu of Ukraine from 30.11.1999 № 291 « About claim of Card of accounts of record-keeping and Instruction about his application»
9. Golov S.F., Kostyuchenko V.M. Record-keeping after international standards: Practical manual./ S.F. Golov, V.M. Kostyuchenko. – K.: Libra, 2001. – 354 s.
10. Pavlova H.Ye. Chernets'ka O.V Finansovyy oblik aktiviv ahrarnykh pidpryemstv: navch.posibnyk / H.Ye.Pavlova, O.V. Chernets'ka // MONMS Ukrayiny, Dnipropetr.derzh.ahrar.un-t. – Donets'k: Yuho-Vostok, 2012. – 392 s.
11. Sopko V.V. record-keeping in a management an enterprise: navch.posibnik / V.V.Sopko. – K.: KNEU, 2006. – 526 s.
12. Shvec' V.G.. Theory of book-keeping obliku:– 3-te kind., pererob. and dop. / V.G. Shvec'. – K.: of Knowledge, 2008. – 535 s.

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТРАНСАКЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСАКЦИОННЫМИ ИЗДЕРЖКАМИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

METHODICAL EFFECTIVENESS EVALUATION INSTRUMENTS OF TRANSACTION COST MANAGEMENT IN MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Статтю присвячено розробці методичного інструментарію оцінювання ефективності управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств на основі показника інтегральної оцінки. Обґрунтовано актуальність проблеми комплексного оцінювання різносторонніх аспектів управління трансакційними витратами. Визначено складові підсумкової оцінки, на яких базується інтегральний показник, обґрунтовано їх особливості та значення, а також запропоновано методику розрахунку. Встановлено, що оцінювання ефективності управління трансакційними витратами повинно базуватися на врахуванні статичних та динамічних показників, які дають змогу оцінити як кінцевий результат, так і процес його досягнення. Охарактеризовано специфіку функціонування машинобудівних підприємств, що впливає на процес управління трансакційними витратами. Запропоновано комплекс заходів з удосконалення управління (інституціональних, управлінських, маркетингових, інформаційних, виробничих, фінансових), спрямованих на оптимізацію трансакційних витрат через мінімізацію непродуктивних та підвищення ефективності продуктивних витрат з метою максимізації фінансових результатів діяльності підприємства.

Ключові слова: трансакційні витрати, машинобудівне підприємство, методичний інструментарій, оцінювання, ефективність управління.

Статья посвящена разработке методического инструментария оценки эффективности управления трансакционными издержками на машиностроительных предприятиях на основе показателя интегральной оценки. Обоснована актуальность проблемы комплексной оценки разносторонних аспектов управления трансакционными издержками. Определены составляющие итоговой оценки, на которых базируется интегральный показатель, обосновано их особенности и значение, а также предложена методика расчета. Установлено, что оценка эффективности управления трансакционными издержками должна базироваться на учете статических и динамических показателей, которые позволяют оценить как конечный результат, так и процесс его достижения. Охарактеризована специфика функционирования машиностроительных предприятий, которая влияет на процесс управления трансакционными издержками. Предложен комплекс действий по совершенствованию управления (институциональных, управленческих, маркетинговых, информационных, производственных, финансовых), направленных на оптимизацию трансакционных издержек путем минимизации непроизводительных и повышения эффективности производительных расходов с целью максимизации финансовых результатов деятельности предприятия.

Ключевые слова: транзакционные издержки, машиностроительное предприятие, методический инструментарий, оценка, эффективность управления.

In paper presents the developed methodological tools of evaluation efficiency of transaction cost management machine-building enterprises based construction index integrated evaluation. Article substantiates the actuality of the problem a comprehensive evaluation of diverse aspects of transaction cost management. Substantiated structure of integral index, proved their characteristics and values, and the method of calculation. It was established that the evaluation of the effectiveness of transaction cost management should be based on consideration of static and dynamic parameters that allow to assess both the end result and the process of achieving it. Described the specificity functioning of the machine-building enterprises that affects the transaction cost management. Proposed range of measures to improve the management (institutional, managerial, marketing, IT, manufacturing, financial) aimed at optimizing transaction costs by minimizing unproductive and improve the efficiency productive costs in order to maximize the financial performance of the enterprise.

Key words: transaction costs, machine-building enterprises, methodical instruments, evaluation, management efficiency.

Вступ. Машинобудування є одним з пріоритетних видів економічної діяльності національної промисловості, який впливає на формування значної частини валового внутрішнього продукту та темпи економічного зростання країни загалом. Машинобудівна промисловість тісно пов'язана з іншимигалузяминародногогосподарства,забезпечуючимсамимстворенняпереважноїбільшості основних засобів виробничого та невиробничого призначення. Проте, на сьогодні спостерігається тенденція до падіння обсягів реалізації та індексів промислової продукції машинобудівної галузі. Так, впродовж 2011-2013 рр. обсяги реалізованої продукції в машинобудуванні скоротилися з 154184 до 117301 млн. грн., що становить 23,9 %, а індекс промислової продукції знизився зі 115,9 до 86,8 % [13]. З огляду на це, виникає необхідність пошуку шляхів підвищення результативності виробничо-господарської діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств задля покращення економічного розвитку країни в цілому.

Функціонування машинобудівних підприємств в умовах нестабільного розвитку ринкового середовища, посилення конкуренції, поглиблення глобалізаційних процесів супроводжується постійним здійсненням трансакційних витрат, що забезпечують реалізацію взаємовідносин підприємства з суб'єктами інституціонального оточення. Саме тому проблема управління трансакційними витратами на сьогодні набуває все більшої актуальності. При визначенні напрямів такого управління важливим є забезпечення комплексного та своєчасного оцінювання його ефективності, за результатами якого стане можливим виявлення існуючих недоліків та подальше визначення заходів, спрямованих на їх усунення.

Особливості управління трансакційними витратами на підприємствах відображені у працях таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як Л. В. Базалієва [1] (концептуальні основи управління трансакційними витратами підприємства); О. П. Власенко [2] (концептуальні засади управління трансакційними витратами в агробізнесі); М. О. Іскосов [3] (оцінка трансакційних витрат в корпоративних структурах); П. В. Круш [4] (формування механізму управління трансакційними витратами підприємства); В. В. Мартинець [6] (управління трансакційними витратами промислового підприємства); О. В. Пальчук, О. О. Очеретяна [7] (інформаційне забезпечення управління трансакційними витратами); М. Г. Подопригора [8] (облік трансакційних витрат на різних етапах життєвого циклу продукції); Є. В. Попов, М. В. Власов [9] (залежність результатів академічних організацій від трансакційних витрат на наукову діяльність); О. В. Шепеленко [10] (оцінка ефективності управління на основі трансакційних витрат, моделювання трансакційних витрат підприємства); А. І. Ясінська [11] (механізм управління трансакційними витратами підприємства) та ін.

Віддаючи належне внеску наукових напрацювань у розвиток теорії трансакційних витрат, варто відмітити, що дослідженню процесів оцінювання ефективності управління трансакційними витратами на сьогодні не приділено достатньо уваги. Зокрема, відсутній інструментарій комплексної оцінки ефективності, який би враховував різносторонні аспекти управління трансакційними витратами та забезпечував отримання об'єктивної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка методичного інструментарію оцінювання ефективності управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств на основі побудови інтегрального показника, спрямованого на визначення необхідності впровадження комплексу заходів в напрямку удосконалення такого управління.

Методологія. В ході проведення дослідження використано абстрактно-логічний метод, прийоми індукції, дедукції, аналізу та синтезу, за допомогою яких розроблено показник інтегральної оцінки

ефективності управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств, визначено та обґрунтовано його складові і діапазон значень; метод економіко-математичного моделювання, симплекс-метод — для побудови моделі оптимізації трансакційних витрат за критерієм максимізації доходу та розробки системи обмежень до неї; методи аналогії, співставлення, систематизації та порівняння — для визначення специфіки функціонування машинобудівних підприємств, а також комплексу заходів з удосконалення управління трансакційними витратами.

Результати дослідження. Управління трансакційними витратами є складним багатоаспектним процесом, від якого залежить ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства загалом. Надмірне здійснення трансакційних витрат може свідчити про непланомірне, неконтрольоване та нераціональне витрачання фінансових ресурсів. Натомість, їх надмірна мінімізація може призвести до послаблення взаємозв'язків підприємства з іншими суб'єктами інституціонального середовища, а як наслідок, втрати ділових позицій на ринку, погіршення конкурентоспроможності, зниження прибутковості та рентабельності. Така ситуація є вкрай суперечливою, адже в умовах стрімкого розвитку ринкового середовища повністю уникнути трансакційних витрат без шкоди для власної господарської діяльності практично неможливо. У зв'язку з цим здійснення управління трансакційними витратами повинно базуватися на принципі оптимізації, який передбачає досягнення максимального фінансового результату при заданій (мінімальній) величині необхідних для цього ресурсів. Дотримання принципу оптимізації, в свою чергу, потребує постійного комплексного дослідження ефективності управління з максимальним врахуванням існуючих аспектів цього процесу.

Оцінка ефективності такого управління для забезпечення її об'єктивності, на наш погляд, повинна поєднувати як статичні показники (що характеризують поточний стан явища), так і показники динамічного розвитку (що відображають тенденції зміни явища). Такий підхід дозволить більш адекватно проаналізувати існуючий стан управління та забезпечить раціональність при прийнятті управлінських рішень.

Вважаємо, що підсумкова оцінка ефективності управління трансакційними витратами підприємства повинна враховувати такі позиції (рис. 1).

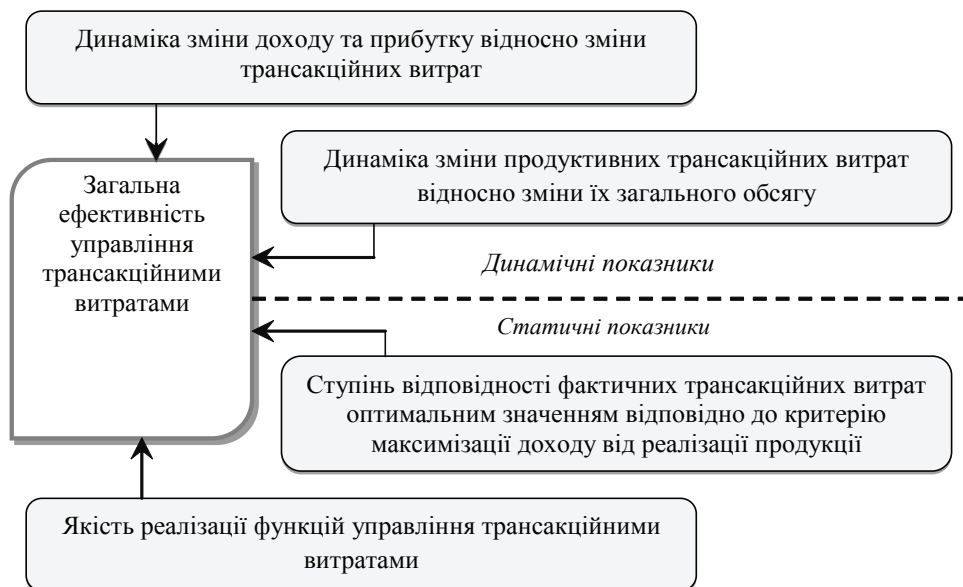


Рис. 1. Складові підсумкової оцінки ефективності управління трансакційними витратами підприємства
Джерело: розроблено автором

Таким чином, враховуючи складові підсумкової оцінки наведені на рис.1, пропонуємо здійснювати оцінювання ефективності управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств в декілька етапів.

Етап 1. Визначення динаміки зміни доходу та прибутку відносно зміни трансакційних витрат. Перший етап реалізується через використання, запропонованого О. В. Шепеленко [10], коефіцієнта ефективності управління трансакційними витратами, який розраховується на основі добутку співвідношень темпів зростання відповідних величин:

$$K_{E_{me}} = \frac{T_{чдр}}{T_{me}} \times \frac{T_{чп}}{T_{me}}, \quad (1)$$

де $T_{чдр}$ – темп зростання доходу, %;

$T_{чп}$ – темп зростання чистого прибутку, %;

T_{me} – темп зростання трансакційних витрат, %.

Коефіцієнт показує, чи наявна на підприємстві тенденція до зростання фінансових результатів діяльності швидшими темпами ніж зростання витрат, що є запорукою успішного функціонування (якщо $K_{E_{me}} > 1$, то управління трансакційними витратами здійснюється ефективно; якщо $K_{E_{me}} \leq 1$, то управління трансакційними витратами на підприємстві здійснюється неефективно). Іншими словами, показник характеризує результативність витрат через їх здатність забезпечувати зростання фінансових результатів діяльності.

Етап 2. Визначення динаміки зміни продуктивних трансакційних витрат відносно зміни їх загального обсягу. Для реалізації цього етапу пропонуємо використовувати коефіцієнт продуктивного випередження — показник, який характеризує інтенсивність зміни динамічних рядів за однакової проміжки часу. Варто зазначити, що склад продуктивних трансакційних витрат є індивідуальним для кожного підприємства і визначається на основі того, позитивною чи негативною є віддача від здійснення конкретного виду витрат. Розрахунок показника здійснюється за формулою:

$$K_{np} = \frac{T_{TB_{np}}}{T_{TB}}, \quad (2)$$

де $T_{TB_{np}}$ – темп зростання продуктивних трансакційних витрат, %;

T_{TB} – темп зростання загального обсягу трансакційних витрат, %.

Значення $K_{np} > 1$ свідчить про позитивну динаміку, оскільки і у випадку збільшення, і у випадку зменшення трансакційних витрат питома вага продуктивних у загальному їх обсязі зростає. Значення $K_{np} \leq 1$ свідчить про негативну динаміку, оскільки і у випадку збільшення, і у випадку зменшення трансакційних витрат питома вага продуктивних у загальному їх обсязі скорочується (або залишається незмінною при $K_{np} = 1$).

Етап 3. Визначення ступеня відповідності фактичних трансакційних витрат оптимальним значенням. Оптимізацію трансакційних витрат доцільно здійснювати за критерієм максимізації доходу від реалізації продукції, до нарощування якого прагне кожне машинобудівне підприємство, оскільки дохід від реалізації є основним джерелом формування прибутку. Визначення оптимальних обсягів трансакційних витрат відбувається на основі використання економіко-математичної моделі оптимізації, система обмежень якої передбачає перевищення темпів зростання доходу над темпами зростання витрат [5].

Загальний вигляд економіко-математичної моделі оптимізації трансакційних витрат та система обмежень представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Економіко-математична модель оптимізації трансакційних витрат

Рівняння залежності	Система обмежень
$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5 \max$ Умовні позначення: $a_0, a_1, a_2, a_3, a_4, a_5$ — параметри рівняння множинної лінійної регресії залежності доходу від трансакційних витрат; x_1, x_2, x_3, x_4, x_5 — трансакційні витрати у складі адміністративних, витрат на збут, інших операційних, фінансових та інших витрат відповідно, тис. грн.; Y — чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн.; $x_1^0, x_2^0, \dots, x_n^0$ — показники трансакційних витрат підприємства у попередньому періоді; V_p, V_p^0 — обсяг реалізації продукції у поточному і базовому періодах відповідно, тис. грн.	$\begin{cases} \frac{x_1}{x_1^0} \times \frac{V_p^0}{V_p} \leq 1; \\ \dots \\ \frac{x_n}{x_n^0} \times \frac{V_p^0}{V_p} \leq 1; \\ x_j \geq 0, j = ?1, ?n. \end{cases}$

Таким чином, при збільшенні загальної величини трансакційних витрат, яке супроводжуватиме досягнення максимізації доходу, трансакційні витрати на одиницю продукції повинні знижуватися (або залишатися незмінними).

Показник ступеня відповідності трансакційних витрат оптимальним значенням повинен враховувати резерв для кожного виду витрат. Для його оцінки автором розроблено коефіцієнт оптимальності трансакційних витрат, який визначається за формулою:

$$K_{opt} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n \left| \frac{TC_{a_i} - TC_{opt_i}}{TC_{opt_i}} \right|}{n}, \quad (3)$$

де TC_{opt_i} – оптимальне значення і-го виду трансакційних витрат за критерієм максимізації доходу, грн.;

TC_{a_i} – фактичне значення і-го виду трансакційних витрат, грн.;

n – кількість видів трансакційних витрат.

Запропонований коефіцієнт характеризує ступінь оптимальності існуючих на підприємстві трансакційних витрат в напрямку досягнення максимального доходу. Значення коефіцієнта знаходиться в межах $(-\infty; 1]$. Чим вище значення показника, тим більше фактичні трансакційні витрати відповідають оптимальним значенням: $(-\infty; 0]$ – абсолютна невідповідність фактичних трансакційних витрат оптимальним ($\geq 100\%$); $(0; 0,24]$ – дуже низький ступінь оптимальності; $[0,25; 0,49]$ – низький ступінь оптимальності; $[0,5; 0,79]$ – середній ступінь оптимальності; $[0,8; 1]$ – високий ступінь оптимальності трансакційних витрат підприємства.

Етап 4. Оцінка якості реалізації функцій управління трансакційними витратами. Якість реалізації функцій управління залежить від ефективності виконання конкретних завдань, які повинні забезпечувати перетворення фінансових ресурсів, що залучаються для здійснення взаємозв'язків із суб'єктами інституціонального середовища та обслуговування виробничо-господарської діяльності, в оптимізовані трансакційні витрати. Якість управління — один із основних чинників, що впливає на ефективність. Вона визначає ступінь досягнення поставленої мети у співвідношенні із затратами для цього ресурсами. Саме тому оцінка якості процесу управління трансакційними витратами на підприємстві є важливим завданням, своєчасне вирішення якого дає можливість виявити існуючі в системі недоліки та розробити заходи щодо їх усунення шляхом прийняття відповідних управлінських рішень.

Оцінка якості процесу управління трансакційними витратами на підприємстві здійснюється групою експертів на основі використання кваліметричного підходу, який дозволяє вимірювати якісні показники за допомогою кількісних балів. Визначення загального показника якості управління (F) базується на оцінці часткових показників якості виконання конкретних функцій управління трансакційними витратами та етапів реалізації кожної з них [12]:

1. Планування трансакційних витрат (F_1) — етапи реалізації: 1) інформаційне забезпечення процесу планування (K_1); 2) аналіз впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища (K_2); 3) прогнозування планових показників діяльності підприємства (K_3); 4) виконання розрахунків, обґрунтувань необхідної величини, структури та напрямів використання трансакційних витрат (K_4); 5) формування бюджету (K_5).

2. Організування управління трансакційними витратами (F_2) — етапи реалізації: 1) встановлення взаємовідносин між рівнями управління (K_6); 2) визначення функцій і завдань підрозділів (центрів відповідальності) підприємства (K_6); 3) розподіл обов'язків та повноважень між посадовими особами функціональних підрозділів (K_7); 4) визначення прав та відповідальності посадових осіб, які беруть участь в процесі управління трансакційними витратами (K_8); 5) затвердження посадових інструкцій (K_{10}).

3. Мотивування персоналу щодо раціонального використання коштів та здійснення управління трансакційними витратами (F_3) — етапи реалізації: 1) визначення цілей та завдань системи мотивування персоналу (K_{11}); 2) визначення потреб та інтересів працівників (K_{12}); 3) розрахунок системи матеріального заохочення та матеріальних санкцій (K_{13}); 4) визначення інструментів морального стимулювання праці (K_{14}); 5) затвердження програми мотивування працівників (K_{15}).

4. Контролювання стану управління трансакційними витратами (F_4) — етапи реалізації: 1) підбір сукупності звітних показників контролю (K_{16}); 2) збір інформації щодо стану управління трансакційними витратами (K_{17}); 3) оцінка ефективності управління трансакційними витратами (K_{18}); 4) зіставлення реального результату із плановими показниками та результатами попередніх періодів (K_{19}); 5) визначення потреби в корективах (K_{20}).

5. Регулювання процесу управління трансакційними витратами (F_5) — етапи реалізації: 1) коригування процесу планування (K_{21}); 2) коригування процесу організування (K_{22}); 3) коригування процесу мотивування (K_{23}); 4) коригування процесу контролювання (K_{24}); 5) оптимізація трансакційних витрат (K_{25}).

Послідовність визначення загального показника якості управління трансакційними витратами наведена в табл. 2.

**Послідовність визначення загального показника якості управління
транзакційними витратами**

№ п/п	Етапи визначення показника				
1.	Визначення вагомості функцій управління (V_{Fn}):				
	$Умова: V_{F1} + V_{F2} + V_{F3} + V_{F4} + V_{F5} = 1$				
2.	Визначення вагомості етапів реалізації функцій управління (V_{Kn}):				
2.1	$Для F_1: V_{K1} + V_{K2} + V_{K3} + V_{K4} + V_{K5} = 1$				
2.2	$Для F_2: V_{K6} + V_{K7} + V_{K8} + V_{K9} + V_{K10} = 1$				
2.3	$Для F_3: V_{K11} + V_{K12} + V_{K13} + V_{K14} + V_{K15} = 1$				
2.4	$Для F_4: V_{K16} + V_{K17} + V_{K18} + V_{K19} + V_{K20} = 1$				
2.5	$Для F_5: V_{K21} + V_{K22} + V_{K23} + V_{K24} + V_{K25} = 1$				
3.	Встановлення числових значень етапів реалізації функцій:				
	Якщо: $K=0,95?1$ – відмінне виконання; $K=0,75?0,94$ – прийнятне виконання; $K=0,5?0,74$ – задовільне виконання; $K=0,25?0,49$ – незадовільне виконання; $K=0?0,24$ – повне невиконання.				
4.	Розрахунок відносної оцінки для кожного етапу реалізації функцій (R_{Kn}):				
	$Для F_1:$	$Для F_2:$	$Для F_3:$	$Для F_4:$	$Для F_5:$
4.1	$R_{K1} = K_1 ? V_{K1}$	$R_{K6} = K_6 ? V_{K6}$	$R_{K11} = K_{11} ? V_{K11}$	$R_{K16} = K_{16} ? V_{K16}$	$R_{K21} = K_{21} ? V_{K21}$
4.2	$R_{K2} = K_2 ? V_{K2}$	$R_{K7} = K_7 ? V_{K7}$	$R_{K12} = K_{12} ? V_{K12}$	$R_{K17} = K_{17} ? V_{K17}$	$R_{K22} = K_{22} ? V_{K22}$
4.3	$R_{K3} = K_3 ? V_{K3}$	$R_{K8} = K_8 ? V_{K8}$	$R_{K13} = K_{13} ? V_{K13}$	$R_{K18} = K_{18} ? V_{K18}$	$R_{K23} = K_{23} ? V_{K23}$
4.4	$R_{K4} = K_4 ? V_{K4}$	$R_{K9} = K_9 ? V_{K9}$	$R_{K14} = K_{14} ? V_{K14}$	$R_{K19} = K_{19} ? V_{K19}$	$R_{K24} = K_{24} ? V_{K24}$
4.5	$R_{K5} = K_5 ? V_{K5}$	$R_{K10} = K_{10} ? V_{K10}$	$R_{K15} = K_{15} ? V_{K15}$	$R_{K20} = K_{20} ? V_{K20}$	$R_{K25} = K_{25} ? V_{K25}$
5.	Обчислення часткових показників якості управління (F_n):				
5.1	$F_1 = V_{F1} ? (R_{K1} + R_{K2} + R_{K3} + R_{K4} + R_{K5})$				
5.2	$F_2 = V_{F2} ? (R_{K6} + R_{K7} + R_{K8} + R_{K9} + R_{K10})$				
5.3	$F_3 = V_{F3} ? (R_{K11} + R_{K12} + R_{K13} + R_{K14} + R_{K15})$				
5.4	$F_4 = V_{F4} ? (R_{K16} + R_{K17} + R_{K18} + R_{K19} + R_{K20})$				
5.5	$F_5 = V_{F5} ? (R_{K21} + R_{K22} + R_{K23} + R_{K24} + R_{K25})$				
6.	Розрахунок загального показника якості управління (F_I):				
	$F_I = F_1 + F_2 + F_3 + F_4 + F_5$				
	Якщо: $F_I=0?0,24$ – критичний рівень якості управління транзакційними витратами; $F_I=0,25?0,49$ – низький рівень якості управління транзакційними витратами; $F_I=0,5?0,79$ – середній рівень якості управління транзакційними витратами; $F_I=0,8?1$ – високий рівень якості управління транзакційними витратами.				

Примітка: етапи 1-3 визначення показника реалізуються шляхом експертного оцінювання вагомості функцій управління та етапів їх реалізації, а також числових значень етапів реалізації функцій, які встановлюються в межах від 0 до 1.

Своєчасна оцінка якості управління транзакційними витратами на основі кваліметричного підходу дозволяє визначити «слабкі місця» в системі управління. В свою чергу, наявність інформації про існуючі недоліки дасть змогу розробити комплексні заходи щодо поліпшення процесів управління транзакційними витратами на підприємстві з метою їх оптимізації. Крім того, така система оцінки забезпечує можливість не лише здійснювати аналіз якості управління транзакційними витратами, але й відслідковувати ступінь виконання запропонованих заходів та їх ефективність.

Таким чином, для отримання інформації про загальну ефективність управління трансакційними витратами на підприємстві з врахуванням різних статичних та динамічних аспектів розвитку (етап 5) пропонуємо комплексний показник, який має назву «показник інтегральної оцінки ефективності управління трансакційними витратами підприємства» та розраховується за формулою:

$$I = \sqrt[4]{(1 + K_{Eme}) \times (1 + K_{np}) \times (1 + K_{opt}) \times (1 + F_I)} - 1, \quad (4)$$

де K_{Eme} – коефіцієнт ефективності управління трансакційними витратами;

K_{np} – коефіцієнт продуктивного випередження;

K_{opt} – коефіцієнт оптимальності трансакційних витрат;

F_I – загальний показник якості управління трансакційними витратами.

Якщо $I < 0$, то управління трансакційними витратами повністю неефективне; якщо $I \in [0; 0,24]$, то спостерігається критична ефективність управління трансакційними витратами; якщо $I \in [0,25; 0,49]$ – низька ефективність управління; якщо $I \in [0,5; 0,79]$ – середня ефективність управління; якщо $I \in [0,8; 1]$ – висока ефективність управління; якщо $I = 1$ – дуже висока ефективність управління.

Використання запропонованого показника інтегральної оцінки ефективності управління має таку особливість: чим більше зменшується одна часткова оцінка, тим складніше компенсувати це збільшенням іншої часткової оцінки. Іншими словами, низьке значення хоча б однієї часткової оцінки істотно знижує інтегральну оцінку. Це унеможливує виникнення помилкового уявлення про високу загальну ефективність управління при суттєвих проблемах в окремих сферах діяльності, що забезпечує своєчасне реагування на існуючі недоліки шляхом прийняття відповідних управлінських рішень в напрямку удосконалення такого управління.

Показник інтегральної оцінки дає можливість комплексно, всебічно дослідити стан управління трансакційними витратами на машинобудівних підприємствах та визначити його ефективність. Вибір складових підсумкової комплексної оцінки при розробці показника здійснювався з урахуванням різних аспектів процесу управління. Структуру показника інтегральної оцінки з обґрунтуванням специфіки та значення його складових подано на рис. 2.

Низьке значення показника інтегральної оцінки ефективності управління трансакційними витратами свідчить про необхідність впровадження заходів, спрямованих на усунення виявлених проблем з метою раціонального використання фінансових ресурсів. Варто зазначити, що підприємства машинобудівної галузі мають деяку специфіку діяльності, що впливає на формування та управління трансакційними витратами.

Так, наприклад, машинобудівний комплекс є своєрідним каталізатором науково-технічного прогресу, на основі якого здійснюється технічне переозброєння підприємств всіх інших видів діяльності. Він покликаний забезпечувати підприємства основними засобами високого техніко-технологічного та екологічного рівня з метою полегшення умов праці та підвищення її продуктивності, що зумовлює високу наукоємність виробництва. Тому у виробничо-господарській діяльності машинобудівних підприємств першочергове значення має орієнтація на інноваційність нового продукту. В зв'язку з цим, важливим складовим елементом трансакційних витрат машинобудівних підприємств є витрати на дослідження і розробки, які виникають внаслідок здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. Варто враховувати, що розробка кожного виду нової продукції машинобудівного підприємства може займати декілька років, а тому актуальним є проведення маркетингових досліджень для аналізу інновацій конкурентів з метою своєчасного реагування на нові досягнення науки і техніки.

Специфічними особливостями відрізняється і ринок збуту машинобудівних підприємств, що вимагає розробки відповідної маркетингової політики. Зокрема, враховуючи те, що значну частку ринку складають підприємства, пріоритетним є формування стійких перспективних партнерських зв'язків. В такому випадку використання яскравої реклами не має особливого сенсу, важливішим є використання інструментів прямого маркетингу для визначеного кола потенційних покупців, участь у спеціалізованих виставках для забезпечення позитивного іміджу та налагодження контактів. Також, оскільки значна частка продукції відправляється на експорт, важливим є аналіз розвитку відносин між Україною та іншими країнами, які складають ринок збуту машинобудівних підприємств, з метою врахування політичних ризиків. Для забезпечення експорту необхідною є і орієнтація на системи технічних регламентів та екологічні вимоги країн ринків збуту. Тому тут мають місце витрати на визначення радіаційного стану вантажу, а також відповідності екологічним нормам.

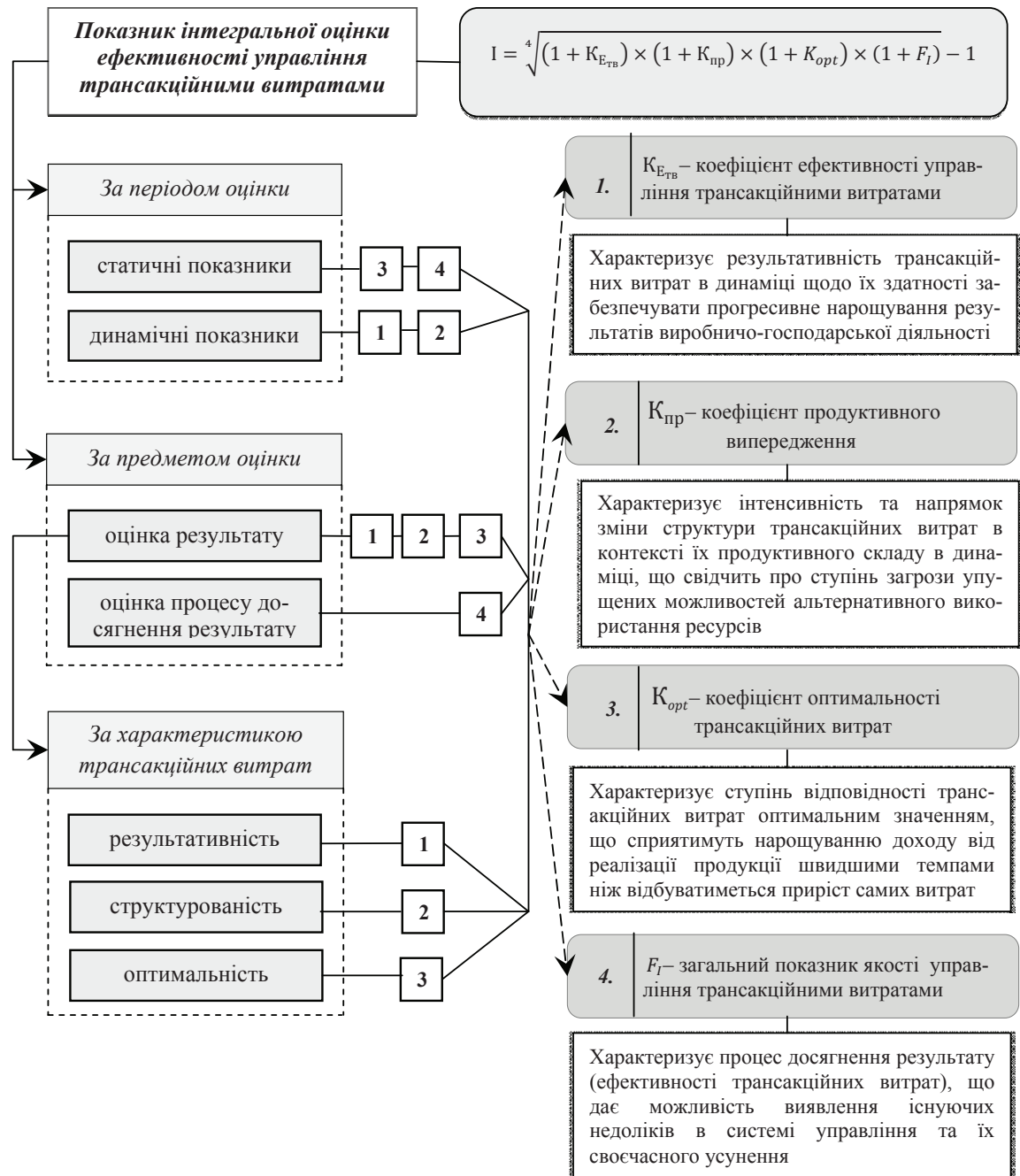


Рис. 2. Структура показника інтегральної оцінки ефективності управління трансакційними витратами
Джерело: розроблено автором

Крім того, спостерігається широка кооперація між самими підприємствами машинобудування (електротехнічне і енергетичне, хімічне машинобудування, приладо-, верстато-, інструментобудування тощо) та заводами інших видів діяльності, які забезпечують поставки конструкторських матеріалів, виробів із скла, пластмаси тощо. Тому важливим є належне виконання умов угоди, забезпечення зворотного зв'язку (врахування побажань та пропозицій) з метою створення підґрунтя для співпраці на довгострокову перспективу.

Варто враховувати і те, що більшість машинобудівних підприємств за організаційно-правовою формою є акціонерними товариствами. А це означає, що існує можливість залучення додаткового капіталу шляхом емісії акцій, що може в окремих випадках суттєво скоротити витрати, не вдаючись до банківських кредитів.

Таким чином, враховуючи специфіку діяльності машинобудівних підприємств, комплекс заходів з удосконалення управління трансакційними витратами включатиме такі складові (рис. 3).

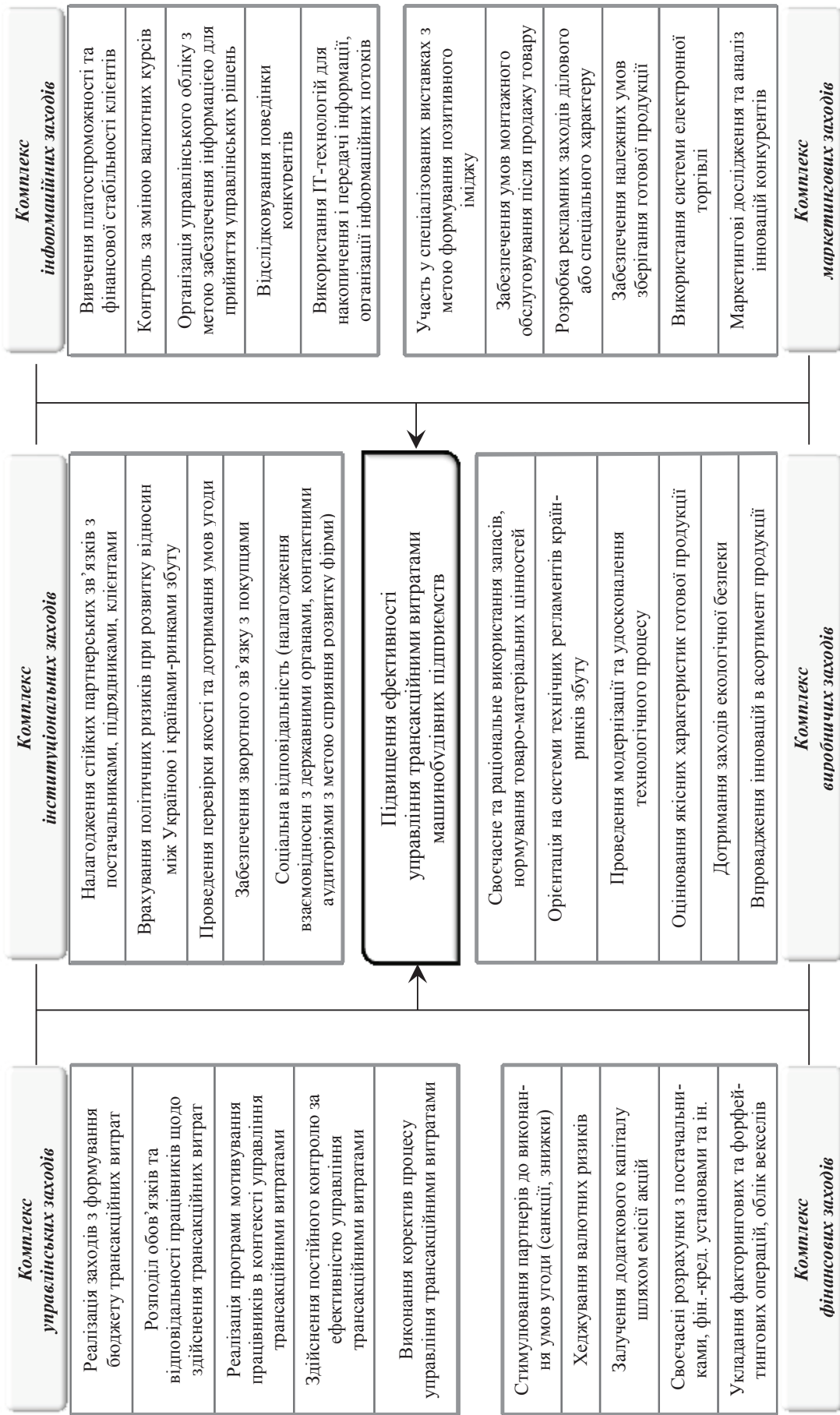


Рис. 3. Комплекс заходів з удосконалення управління транзакційними витратами машинобудівних підприємств
Джерело: розроблено автором

Представлений на рис. 3 комплекс заходів з удосконалення управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств дозволяє прямувати до оптимізації трансакційних витрат, яка є основною метою такого управління, а саме:

1. досягти мінімізації непродуктивних трансакційних витрат підприємства;
2. підвищити ефективність продуктивних трансакційних витрат, що сприятиме максимізації фінансового результату через зростання ділової активності та нарощування обсягів реалізації продукції (рис. 4).



Рис. 4. Результат оптимізації трансакційних витрат
Джерело: розроблено автором

Розглянемо детальніше спрямування впливу запропонованих заходів на виділені напрямки оптимізації трансакційних витрат (табл. 3).

Таблиця 3

Значення заходів з удосконалення управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств

Заходи	Значення
<i>Мінімізація непродуктивних трансакційних витрат</i>	
Інституціональні	сприяють запобіганню виникнення втрат внаслідок опортуністичної поведінки партнерів
Інформаційні	сприяють запобіганню виникнення втрат від не операційних та операційних курсових різниць, сумнівних та безнадійних боргів, своєчасному реагуванню на можливі втрати внаслідок зміни поведінки конкурентів
Фінансові	сприяють запобіганню виникнення втрат внаслідок опортуністичної поведінки партнерів, не операційних та операційних курсових різниць, визнаних штрафів, пені, неустойок, сумнівних та безнадійних боргів
Виробничі	сприяють запобіганню виникнення нестач і втрат від псування цінностей, відшкодування втрат від браку та заміни бракованої продукції на нову
Маркетингові	сприяють зменшенню збутових витрат, запобіганню нестач і втрат від псування цінностей

Заходи	Значення
<i>Підвищення ефективності продуктивних трансакційних витрат</i>	
Інституціональні	забезпечують стабільність взаємовідносин із постачальниками, споживачами, державними органами, контактними аудиторіями, що сприяють зміцненню ринкових позицій підприємства, ефективному здійсненню діяльності
Інформаційні	сприяють швидкому реагуванню на будь-які зміни шляхом прийняття управлінських рішень за рахунок своєчасного надходження інформації про стан внутрішнього та зовнішнього середовища
Виробничі	сприяють нарощуванню обсягів реалізації через задоволення потреб споживачів за рахунок випуску якісної інноваційної продукції
Маркетингові	сприяють поширенню інформації про підприємство, формуванню позитивного іміджу, становленню клієнтської бази
Управлінські	забезпечують належне виконання всіх функцій, що стосуються управління трансакційними витратами в напрямку їх оптимізації

Отже, управління трансакційними витратами для машинобудівних підприємств має винятково важливе значення і повинно здійснюватися в напрямку оптимізації трансакційних витрат через зменшення непродуктивних та підвищення ефективності продуктивних витрат з метою створення умов для стабільного розвитку підприємства та максимізації результатів виробничо-господарської діяльності.

Висновки. Науковою новизною статті є удосконалення методичного інструментарію оцінювання ефективності управління трансакційними витратами машинобудівних підприємств, що, на відміну від існуючих, базується на розрахунку показника інтегральної оцінки, структура якого враховує статичні та динамічні складові, які дозволяють оцінити як кінцевий результат (структурованість, результативність та оптимальність трансакційних витрат), так і процес його досягнення (якість управління трансакційними витратами), що забезпечує його об'єктивність та дає можливість визначити комплекс заходів, необхідних для усунення виявлених недоліків.

Оцінювання реального стану управління трансакційними витратами через визначення показника інтегральної оцінки його ефективності дає змогу зробити висновок про існуючі недоліки в системі управління, а саме: перевищення темпів зростання продуктивних трансакційних витрат над непродуктивними; перевищення темпів зростання трансакційних витрат над темпами зростання доходу та прибутку; низька відповідність фактичних трансакційних витрат оптимальним значенням, що забезпечують максимізацію доходу; низька якість виконання функцій управління та конкретних етапів їх реалізації тощо. Своєчасне виявлення недоліків дозволяє підібрати відповідний комплекс заходів (управлінських, інституціональних, інформаційних, фінансових, виробничих, маркетингових), що сприятиме їх усуненню та створить підґрунтя для ефективного здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства в напрямку досягнення поставлених цілей.

Перспективами подальших наукових розробок в даному напрямку є дослідження специфіки взаємовідносин машинобудівних підприємств з суб'єктами інституціонального середовища, що впливають на виникнення трансакційних витрат, а також розробка системи показників оцінки трансакційних витрат відкритого та прихованого характеру.

Література:

1. Базалієва Л. В. Науково-теоретичні та методичні основи управління трансакційними витратами підприємства. Монографія. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 164 с.
2. Власенко О. П. Концептуальні засади управління трансакційними витратами в агробізнесі / О. П. Власенко // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2009. – № 247, Т 5. – С. 1305-1314.
3. Искосов М. О. Оценка трансакционных издержек в корпоративных структурах / М. О. Искосов // Вектор науки ТГУ. – 2011. – № 2 (16). – С. 246-251.
4. Круш П. В. Формування механізму управління трансакційними витратами підприємства [Електронний ресурс] / П. В. Круш, І. В. Макалюк // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2013. – № 10. – С. 212-218. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/evntukpi_2013_10_36.pdf
5. Макалюк І. В. Економіко-математичне моделювання оптимізації трансакційних витрат машинобудівних підприємств / І. В. Макалюк // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 127-131.

6. Мартинець В. В. Управління трансакційними витратами промислового підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / В. В. Мартинець; Сум. держ. ун-т. – Суми, 2013. – 20 с.
7. Пальчук О. В. Проблеми формування інформаційного забезпечення управління трансакційними витратами в системі бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] / О. В. Пальчук, О. О. Очеретяна // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки . – 2012. – Вип. 22 (2). – С. 428-433. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2012_22\(2\)_73.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npkntu_e_2012_22(2)_73.pdf)
8. Подопригора М. Г. Учет трансакционных издержек на различных этапах жизненного цикла организации / М. Г. Подопригора // Известия ЮФУ. Технические науки. – 2008. – № 10 (87). – С.59–63.
9. Попов Е. В. Зависимости научной результативности от трансакционных издержек / Е. В. Попов, М. В. Власов // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5 (131). – С. 427-437.
10. Шепеленко О. В. Трансакционные издержки в переходной экономике: проблемы теории и практики: Моногр. / МОН України. Донецкий нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Донецк, 2007. – 360 с.
11. Ясінська А. І. Формування механізму управління трансакційними витратами підприємства [Електронний ресурс] / А. І. Ясінська // Науковий вісник НЛТУ України . – 2013. – Вип. 23.3. – С. 319-324. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnlitu_2013_23.3_58.pdf
12. Makaliuk I. Methodology for assessing the quality of company's transaction cost management / I. Makaliuk // The advanced science journal. – 2014. – Issue 6. – P. 75-79.
13. Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 658.53

Покровська Н. М.

Національний технічний університет України «КПІ»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА»

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА»

ECONOMIC ESSENCE OF THE CONCEPT «THE INTENSIFICATION OF PRODUCTION»

У статті досліджено теоретико-методологічні аспекти економічної сутності інтенсифікації виробництва, та проаналізовано наукові погляди представників різних економічних шкіл на сутність цієї економічної категорії. Зазначено, що на сьогодні існує різноманіття точок зору на сутність ідентифікації, що в свою чергу свідчить про незавершеність процесу формування теорії інтенсифікації виробництва. Систематизовано наукові уявлення з позицій теорії відтворення, «затратного», «результативного», «технічного» та «комплексного» підходів. Показано, що існуючі наукові погляди про визначення сутності інтенсифікації виробництва об'єднує те, що відправною точкою у кожного з них є розгляд виробництва як процесу, або як системи, або як процесу і системи одночасно. На основі проведеного аналізу уточнено сутність інтенсифікації виробництва. Запропоновано інтенсифікацію виробництва розглядати як системний процес та запропоновано коротке та розгорнуте визначення інтенсифікації виробництва як системного процесу.

Ключові слова: виробництво, інтенсифікація виробництва, система, процес, системний процес

В статье исследованы теоретико-методологические аспекты экономической сущности интенсификации производства и проанализированы научные взгляды представителей разных экономических школ на сущность интенсификации производства. Показано, что в настоящее время существует разнообразие точек зрения на сущность интенсификации, что в свою очередь свидетельствует о незавершенности процесса формирования теории интенсификации производства.

Систематизированы научные представления о сущности интенсификации производства с позиций теории воспроизводства, «затратного», «результативного», «технического» и «комплексного» подходов. Показано, что существующие научные взгляды на определение сущности интенсификации производства объединяет то, что отправной точкой у каждого из них есть рассмотрение производства как процесса, или как системы, или как процесса и системы одновременно. На основе проведенного анализа уточнена сущность интенсификации производства. Предложено интенсификацию производства рассматривать как системный процесс и предложено короткое и развернутое определение интенсификации производства как системного процесса.

Ключевые слова: производство, интенсификация производства, система, процесс, системный процесс

The article deals with some theoretical and methodological aspects of the economic substance of production intensification. The existing scientific views of different economic schools on the nature of production intensification are analysed. It is shown that at present there is a diversity of views on the nature of identity which in turn indicates an incomplete process of the intensification theory formation. Scientific understanding of the production intensification nature from the standpoint of the reproduction theory, «cost-effective», «effective», «technical», and «comprehensive» approaches is systematized. It is also shown that the existing scientific views on the definition of the production intensification essence in common reduce to the starting point for each of them to consider manufacturing as a process, or a system, or a process and a system at one time. The production intensification essence is made here more exact based on the given analysis. It is proposed to consider production intensification as a system process and is offered a brief and detailed definition of production intensification as such system process.

Keywords: production, production intensification, system, process, system process.

Вступ. Рух України шляхом євроінтеграції потребує створення конкурентоспроможної національної економіки як необхідної умови економічного зростання [1].

Нестабільність на зовнішньоекономічному просторі, дія кризових явищ, зміни в кон'юктурі ринку та, як наслідок, посилення дії впливу факторів макроекономічного середовища ускладнюють процес функціонування вітчизняних підприємств, що в подальшому впливає на кінцевий результат їх діяльності.

Однією з передумов успішного виведення вітчизняної економіки на траєкторію сталого розвитку слід вважати інтенсифікацію виробництва.

Правильний вибір пріоритетних напрямів інтенсифікації виробництва неможливий без розуміння сутності інтенсифікації виробництва, що обумовлює необхідність подальшого розвитку теоретичних та методологічних засад цього поняття.

Різні аспекти сутності інтенсифікації виробництва досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, такі як: О.І. Амоша, С.В. Мочерний, В.С. Горбачов, О.П. Гурченков, Н.А. Агаркова, В.В. Шарко, Т.С. Яровенко, М.В. Туликова, Ю.А. Козюпа, Ф.А. Важинський, Л.С. Ножак, Ю.Б. Шульган, М.С. Вітков, С.В. Степаненко, Д. Другманд, Н. Хавеландж та інші.

Незважаючи на досить широку палітру наукових досліджень даного питання у літературі, окремі його сторони потребують більш поглибленого вивчення.

Постановка завдання. Мета статті полягає в узагальненні теоретико-методологічних підходів до визначення сутності інтенсифікації виробництва та подальшого розвитку даної економічної категорії з урахуванням методології та практики управління процесами інтенсифікації промислового виробництва.

Методологія. Дослідження проводилося із застосуванням методів теоретичного узагальнення та порівняння, аналізу і синтезу. Зазначені методи дали можливість систематизувати наукові погляди на сутність інтенсифікації виробництва, забезпечили проведення змістовного аналізу наукових підходів до визначення та уточнення на їх основі сутності інтенсифікації виробництва.

Результати дослідження. Сьогодні існує різноманіття точок зору на сутність ідентифікації, що в свою чергу свідчить про те, що процес формування теорії інтенсифікації виробництва ще не завершено.

У витоків наукового вивчення процесу інтенсифікації виробництва стояли класики політичної економії: Д.Рікардо, А.Сміт, К. Маркс та інші вчені-економісти. Їхні наукові здобутки є базовими для розуміння сутності цього питання.

Аналізуючи трактування сутності поняття «інтенсифікація виробництва», яке наводять вітчизняні та зарубіжні вчені, виявилось, що більшість з них виходять з відправного визначення цього терміну,

яке наводив К. Маркс, а саме: «...В економічному значенні під інтенсивною культурою ми розуміємо не що інше, як концентрацію капіталу на одній і тій самій земельній площі, замість розподілу його між земельними ділянками, які лежать одна біля другої...» [2, с.209]. Ці положення стосуються інтенсифікації перш за все землеробства, однак, їх можна застосувати й до інтенсифікації виробництва в промисловості. На думку К.Маркса, не доцільно вважати виробництво інтенсивним, якщо капітал направляється на його розширення, тобто на будівництво нових одиниць (структурних підрозділів, будівель тощо).

Така ж думка щодо розвитку виробництва висловлена К. Марксом і в другому томі «Капіталу», а саме: «...через певні проміжки часу відбувається відтворення, і до того ж - коли розглядати його з суспільної точки зору, — відтворення в розширеному масштабі: розширеному екстенсивно, коли розширюється лише поле виробництва; розширеному інтенсивно, коли застосовуються більш ефективні засоби виробництва» [3, с.178]. Це є класичне визначення особливостей двох шляхів розвитку виробництва, двох шляхів розширеного відтворення – інтенсивного та екстенсивного, на яких базувалися дослідження з інтенсифікації виробництва вчених багатьох країн.

Необхідно зазначити, що понятійний апарат інтенсифікації виробництва бере початок із визначення самого поняття «інтенсифікація».

Якщо звернутися до словникового визначення терміну «інтенсифікація», то у дослівному перекладі інтенсифікація (від латинського *intensio* – напруження, посилення і *facio* – роблю) означає посилення, збільшення напруженості, продуктивності, дієвості. Таким чином, інтенсифікація є напруженістю процесу, яка характеризується мірою віддачі кожного з використовуваних факторів, ресурсів, тобто є якісною характеристикою, що виражає високу міру, ступінь сили, напруженості, насиченості якогось прояву чи процесу [4]. У авторів [5] знаходимо, що інтенсифікація – це підвищення інтенсивності виробництва шляхом більш повного використання кожної одиниці ресурсного потенціалу; досягається за рахунок зростання продуктивності праці, кращого використання матеріалів, підвищення віддачі основних фондів.

Відповідно до енциклопедичного визначення - сутність інтенсифікації виробництва розглядається як процес суспільного виробництва, що базується на застосуванні найефективніших засобів і предметів праці, кваліфікованої робочої сили, передових форм і методів організації праці, зростаючої інформованості про найновіші досягнення науково-технічного прогресу тощо. Інтенсифікація виробництва суттєво відрізняється від екстенсивного розвитку суспільного виробництва, що базується на кількісному зростанні засобів виробництва і має витратний характер. На відміну від екстенсивного інтенсивний процес суспільного виробництва має антивитратну спрямованість, оскільки супроводжується зменшенням витрат живої та уречевленої праці на одиницю продукції [6].

В економічній літературі інтенсифікація виробництва досить часто розглядається як частина теорії відтворення. Під відтворенням розуміють процес виробництва в його безперервності, у постійному відновленні, повторенні. При цьому безперервність виробничого процесу розглядається не з точки зору технології, а в економічному значенні.

У дослідженні [7] зазначено, що частина авторів розуміють під інтенсифікацією статичну якісну характеристику суспільного відтворення, яка відображає досягнутий рівень продуктивних сил науково-технічного прогресу і кваліфікації сукупного робітника, або якісні зрушення у використанні ресурсів виробництва, які відбуваються в межах виробничого циклу. Інші дослідники вважають що інтенсифікація - це динамічний процес якісного вдосконалення виробничих сил і виробничих відносин, особливий спосіб відтворення та використання наявного виробничого потенціалу.

В свою чергу вчені [7] вважають, що процес інтенсифікації виробництва являє собою діалектичну єдність і взаємно доповнення економічних і техніко-технологічних параметрів, які визначають інтенсивність чи екстенсивність розширеного відтворення. На думку авторів із техніко-технологічної точки зору інтенсивним доцільно вважати такий процес розширеного відтворення, при якому зростає наукоємність виробництва; техніко-технологічна структура підприємства удосконалюється та поліпшується внаслідок практичного використання більш ефективних, технічно вдосконалених засобів виробництва на основі досягнень науково-технічного прогресу, більш кваліфікованих кадрів, передових методів організації праці; нових матеріалів, при цьому якісний рівень виробничо-маркетингової системи та ефективність використання ресурсів підвищуються, зростає конкурентоспроможність продукції, частка ринків збуту, що збільшує результати від реалізації продукції. Екстенсивний процес розширеного відтворення характеризується розширенням і збільшенням ресурсів, які залучаються у виробництво без якісних удосконалень виробничо-маркетингової системи.

Як стверджують В.С. Горбачов, О.П. Гурченков та Н.А. Агаркова зустрічаються й такі трактування інтенсифікації виробництва, при яких автори дотримуються «затратної» та «результативної»

концепції [8, 9]. Прихильники «затратної» концепції розглядають інтенсифікацію виробництва як рух витрат праці, виражених у вартісній формі. Таким чином, має місце концентрація капіталу з метою нарощення обсягів виробництва продукції. Ця концепція зводить процес інтенсифікації лише до одного елемента виробництва - праці, виключаючи, що зростання випуску продукції може відбуватися й завдяки екстенсивному розвитку. Прибічники «результативної» концепції основу сутності інтенсифікації ґрунтують на результативних показниках процесу виробництва. Проте таке визначення не відображає причинно-результативного зв'язку економічного процесу інтенсифікації. Взнявши за основу лише результат виробництва, прихильники цієї концепції недооцінювали роль витрат і капітальних вкладень у розвиток виробництва. Не можна збільшити обсяг виробництва продукції при незмінних витратах на її одиницю, не залучивши додаткових ресурсів.

Багато вчених ототожнюють процеси інтенсифікації з науково-технічним прогресом, розглядаючи інтенсифікацію виробництва лише з позиції зростання технічного рівня виробництва. Особливо багато праць з цього питання публікувалися у 60-ті – 90-ті роки минулого століття, про що свідчить детальний аналіз таких публікацій [8,9]. Ми підтримуємо думку авторів про те, що така концепція є неповною, однобічною. У цьому контексті вірно зазначати, що науково-технічний прогрес є вирішальним чинником інтенсифікації виробництва і економічного зростання, який припускає розвиток фундаментальних досліджень, прикладних досліджень, розробку і впровадження нових технологій, створення принципово нової техніки та обладнання. Цей процес в цілому носить назву інноваційного. На думку вчених, доцільно ввести поняття «інноваційна інтенсифікація виробництва».

Сучасні трактування сутності інтенсифікації виробництва в переважній більшості базуються, в основному, на тезі про те, що інтенсифікація виробництва в цілому є комплексним процесом, що включає такі складові частини як заходи науково-технічного прогресу, концентрації, спеціалізації, вдосконалення управління тощо [8-12].

Так, М.С. Вітков визначає інтенсифікацію виробництва як комплексний, багатофакторний процес застосування ефективних і екологічно безпечних засобів та технологій, заснованих на досягненнях науково-технічного прогресу, інноваційних розробках, використанні більш досконалих форм організації і оплати праці, управління та ефективних ринкових відносин [10].

Близькою за змістом є думка авторів [8], які розглядають інтенсифікацію виробництва як процес застосування ефективніших засобів виробництва і технологічних процесів з урахуванням досягнень науково-технічного прогресу, застосування досконалішої організації праці та управління з метою забезпечення безперервного приросту виробництва і підвищення його ефективності.

З точки зору С.В. Степаненка інтенсифікація виробництва - процес більш повного використання його факторів, їхнє якісне удосконалення, а також поліпшення технологій використання продуктивних можливостей цих факторів та відповідне зменшення ролі простого кількісного нарощування факторів, не пов'язаних з суттєвим поліпшенням їхнього застосування [11].

Досить змістовним, на нашу думку, є твердження Н.А. Агаркової про те, що інтенсифікувати виробництво — означає зробити більш напруженим і посиленним як процес виробництва в цілому, так і окремі його складові [9].

Таким чином, досліджені наукові уявлення про сутність інтенсифікації виробництва, на наш погляд, можна систематизувати наступним чином (рис. 1):

- визначення сутності інтенсифікації виробництва з позиції теорії відтворення (основний зміст – розширене відтворення);
- визначення сутності інтенсифікації виробництва з позиції «затратного» підходу (основний зміст - концентрація капіталу з метою нарощення обсягів виробництва продукції);
- визначення сутності інтенсифікації виробництва з позиції «результативного» підходу (основний зміст – збільшення обсягів виробництва продукції при незмінних витратах);
- визначення сутності інтенсифікації виробництва з позиції «технічного» підходу (основний зміст – зростання технічного рівня виробництва завдяки науково-технічному прогресу);
- визначення сутності інтенсифікації виробництва з позиції «комплексного» підходу (основний зміст – застосування більш ефективніших засобів виробництва, технологій, форм організації праці та управління).

Отже, за результатами аналізу вищенаведених науково-практичних джерел можна стверджувати, що теорія інтенсифікації виробництва ще не склалася, вона не сформована остаточно, не є сталою і розвивається.

При цьому, на мою думку, існуючі наукові погляди про визначення сутності інтенсифікації виробництва об'єднує те, що відправною точкою розгляду у кожного з них є розгляд виробництва як процесу, або як системи, або як процесу і системи одночасно.

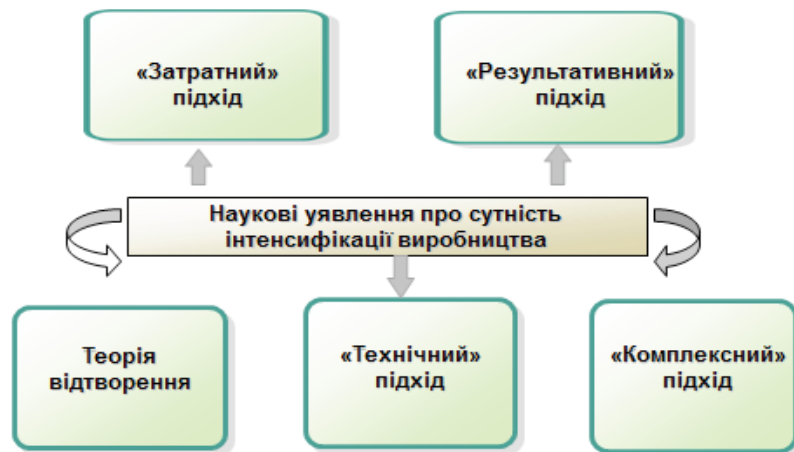


Рис. 1. Систематизація наукових уявлень про сутність інтенсифікації виробництва (розроблено на основі аналізу [7-12])

Таким чином, підсумовуючи наукові розробки та думки вчених, на наш погляд, інтенсифікації виробництва можна дати коротке та розгорнуте визначення. *Коротке визначення інтенсифікації виробництва* можна сформулювати наступним чином: інтенсифікація виробництва – це системний процес застосування найбільш ефективних чинників з метою забезпечення безперервного приросту виробництва й підвищення його ефективності. *Розширене визначення сутності ідентифікації* полягає в наступному: інтенсифікація виробництва - це системний комплексний багатофакторний процес застосування ефективніших засобів виробництва і технологічних процесів з урахуванням досягнень науково-технічного прогресу та інноваційних розробок, застосування досконалішої організації праці та управління з метою забезпечення безперервного приросту виробництва і підвищення його ефективності.

Складні соціально-економічні перетворення, що відбуваються на сучасному етапі суспільно-економічних трансформацій в Україні, потребують запровадження дієвих механізмів економічного зростання. Беручи за мету соціально-економічний розвиток України підвищення якості життя населення, формування сприятливого середовища існування, збереження соціально-політичної стабільності і забезпечення національної безпеки й обороноздатності, регулювання економіки має відбуватися, насамперед, в напрямі інтенсивного шляху розвитку промислового комплексу.

Вочевидь, що інтенсифікація промислового виробництва на макроекономічному рівні є елементом більш складного системного процесу – інтенсифікації вітчизняного народногосподарського комплексу.

У свою чергу інтенсифікація промислового виробництва на мікроекономічному рівні є також системним процесом, складовими якого є процеси інтенсифікації функціональних модулів виробництва як системи.

Висновки. Наукова новизна проведеного дослідження полягає в уточненні сутності поняття «інтенсифікація виробництва» за результатами його аналізу з позицій теорії відтворення, «затратного», «результативного», «технічного» та «комплексного» підходів.

Запропоновані коротке та розгорнуте визначення інтенсифікації виробництва як системного процесу можна розглядати як елементи узагальнення теоретико-методологічних аспектів економічної сутності інтенсифікації виробництва.

Подальші наукові дослідження інтенсифікації промислового виробництва повинні орієнтуватися на виділення, проведення змістовного вивчення та здійснення ґрунтового аналізу ключових чинників та напрямів інтенсифікації промислового виробництва.

Література:

1. Перший етап модернізації економіки України: досвід та проблеми: [монографія] / [О.М. Алімов, О.І. Амоша та ін.] ; за заг. ред. В.І. Ляшенка; ІЕП НАН України, КПУ. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – 798 с.
2. Маркс К. Твори. Т.25. Ч.ІІ / К. Маркс, Ф. Енгельс. – 2-ге вид. -Видавництво політичної літератури України, 1962. – 511 с.
3. Маркс К. Твори. Т.24 / К. Маркс, Ф. Енгельс. – 2-ге вид. - Видавництво політичної літератури України, 1962. – 645 с.

4. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
5. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. - М.: ИНФРА-М., 1999. - 479 с.
6. Економічна енциклопедія: у 3-х томах. Т. 1. / [відп.ред. С.В. Мочерний]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
7. Важинський Ф.А. Техніко-технологічне оновлення як фактор інтенсифікації виробництва [Електронний ресурс] / Ф.А. Важинський, Л.С. Ноджак, Ю.Б. Шульган. – Режим доступу : http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/2577/st_36_05.pdf?.
8. Горбачов В.С. Еволюція і сучасний стан наукових уявлень про інтенсифікацію виробництва / В.С. Горбачов, О.П. Гурченков // Економіка України. – 2005. – №1. – С.53-59.
9. Агаркова Н.А. Теоретико-прикладні аспекти інтенсифікації виробництва [Електронний ресурс] / Н.А. Агаркова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. - № 6. - Т.2. - С. 186-190.- Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_2/186-190.pdf.
10. Вітков М.С. Основні фактори інтенсифікації аграрного виробництва в перехідний період до ринку / М.С. Вітков // Економіка АПК. – 2005. – № 2. – С. 17-20.
11. Степаненко С. В. Основи економічної теорії: політекономічний аспект: [навчальний посібник] / С.В. Степаненко. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2004. – 350 с.
12. Яровенко Т.С. Управління процесом інтенсифікації розвитку промислового підприємства у сучасних умовах [Електронний ресурс] / Т. С. Яровенко, М. В. Тулякова, Ю. А. Козюпа // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». Вип. 7(2). – 2013. - №4. - Т.21. - С.105-110. – Режим доступу: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201372/yarovenko.html>.

УДК 330.8, 338.2

Смолін І.В.

доктор економ. наук, професор

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

СТРАТЕГІЧНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЗМІСТОВНІ ІМПЕРАТИВИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

THE STRATEGIC COMPETITIVENESS: IMPERATIVES CONTENT AND EVALUATION CRITERIA

Надано узагальнюючу характеристику категорії конкурентоспроможності та ознак конкурентоспроможного підприємства. На основі розгляду дискусійних положень розуміння змісту стратегічної конкурентоспроможності викладено авторську позицію, що ґрунтується на конкретизованих ознаках перспективності, тривалості і потенційності розвитку підприємства. До наукової термінології уведено поняття стратегічного періоду, запропоновано його сутнісне визначення та методичні підходи до параметризації тривалості стратегічного періоду.

Розглянуто сутнісні ознаки стратегічної конкурентоспроможності підприємства, які складають об'єктну основу визначення її кількісних характеристик. Запропоновано метод оцінювання стратегічної конкурентоспроможності на основі врахування часу функціонування діючого підприємства, досягнення рівня конкурентоспроможності та ступеня реалізації підприємством цільових параметрів розвитку у поточному періоді, що у формалізованому вигляді спирається на розрахунок коефіцієнтів конкурентного досвіду, досягнутої і динамічної конкурентоспроможності підприємства.

Доведено можливість отримання аналітичних висновків, придатних для визначення управлінських рішень, на основі матричного позиціонування складових стратегічної конкурентоспроможності досліджуваного суб'єкта ринку.

Ключові слова: стратегія, конкурентоспроможність, стратегічна конкурентоспроможність, стратегічний період.

Предоставлено обобщающую характеристику категории конкурентоспособности и признаков конкурентоспособного предприятия. На основе рассмотрения дискуссионных положений понимания содержания стратегической конкурентоспособности изложены авторскую позицию, основанную на конкретизированных признаках перспективности, продолжительности и потенциальности развития предприятия. В научной терминологии введено понятие стратегического периода, предложено его сущностное определение и методические подходы к параметризации продолжительности стратегического периода.

Рассмотрены сущностные признаки стратегической конкурентоспособности предприятия, составляющие объектную основу определения ее количественных характеристик. Предложен метод оценки стратегической конкурентоспособности на основе учета времени функционирования действующего предприятия, достигнутого уровня конкурентоспособности и степени реализации предприятием целевых параметров развития в текущем периоде, в формализованном виде опирается на расчет коэффициентов конкурентного опыта, достигнутого и динамической конкурентоспособности предприятия.

Доказана возможность получения аналитических выводов, пригодных для определения управленческих решений, на основе матричного позиционирования составляющих стратегической конкурентоспособности исследуемого субъекта рынка.

Ключевые слова: стратегия, конкурентоспособность, стратегическая конкурентоспособность, стратегический период.

The general characteristic of the categories of competitiveness and competitive enterprise features is defined. Having analyzed the discussion issues of understanding the content of strategic competitiveness the author stated his position based on concretized characteristics of sustainability and potentiality of the company. The author introduced to the scientific terminology the concept of strategic period, offered its essential definition and methodological approaches to strategic parameterization of its duration.

Key features of the strategic competitiveness of enterprises which constitute the basis for determining the object base of its quantity characteristic are considered. The method of evaluation of strategic competitiveness is proposed, based on company operating period, reached level of competitiveness and realization by the company its target parameters during the current period that is based on a formalized calculation of the coefficients of competitive experience, reached and dynamic competitiveness of the company.

The expediency of obtaining analytical conclusions useful for determining management decisions based on matrix positioning of components of the strategic competitiveness of the studied market subject are proved.

Key words: strategy, competitiveness, strategic competitiveness, strategic period

Вступ. Сучасні дослідження конкурентного середовища охоплюють широкий спектр проблем взаємовідносин суб'єктів ринку, які з різною інтенсивністю і формами впливу, відстоюють власні конкурентні інтереси. Визначальною цільовою характеристикою і порівняльною аналітичною ознакою зазначених суб'єктів є їхня конкурентоспроможність. Дане поняття застосовують для характеристики конкурентних можливостей національних економік, галузей, окремих підприємств та продуктів їх виробництва. Різноманітність об'єктів конкурентоспроможності обумовлює різне смислове наповнення конкурентоспроможності, а з огляду на велику кількість синонімічних термінів – конкурентна позиція, конкурентний статус, конкурентне положення та інших, робить його розуміння поліформатним з ознаками вираженої індивідуальності.

Наукова література відображає безліч спроб визначення суті конкурентоспроможності, її детермінант, часових та якісно диференційованих форм прояву. Значущість даних проблем підтверджується широкою полемікою, до якої долучились такі відомі дослідники як Дж. Дей, П. Дойль, Д. Ебел Дж. О'Шонесі, Н. Пірсі, М. Портер, Д. Сондерс, Р. Фатхутдінов, Г. Хулей, Д. Ебел та інші, які досліджували теоретичні витoki і прикладні аспекти формування конкурентоспроможності. Усвідомлення складності і багатогранності такого поняття як конкурентоспроможність підприємства, обумовило появу його потенційного, поточного, перспективного, досягнутого форматів, що харак-

теризують корпоративні конкурентні можливості з різних часових позицій. Останнім часом в наукових публікаціях стало використовуватись поняття стратегічної конкурентоспроможності, яке, зазвичай, ототожнюють з перспективними параметрами розвитку підприємства, що значно звужує його смислове наповнення. Стратегічна конкурентоспроможність є не лише відображенням конкурентних можливостей суб'єкта ринку у майбутньому, але й характеристикою здатностей підприємства, які мають забезпечити його конкурентоспроможність у перспективі.

З прикладних позицій актуальність забезпечення стратегічної конкурентоспроможності обумовлена зростаючою непередбачуваністю змін зовнішнього організаційного середовища і виключною необхідністю реалізації визначених конкурентних стратегій, що мають сприяти стійкому конкурентному розвитку підприємств у довгостроковій перспективі.

Постановка завдання. Враховуючи визначену актуальність окресленої проблеми, завданням даного дослідження є з'ясування сутнісних ознак стратегічної конкурентоспроможності, показників та методів її оцінювання. Реалізація даного завдання сприятиме створенню теоретико-методологічного базису використання стратегічного формату конкурентоспроможності підприємства в аналітичних і управлінських цілях.

Методологія дослідження. При обґрунтуванні категоріального апарату використовувались методи наукового узагальнення, абстракції, аналогії та синтезу. Методологічною базою визначення передумов оцінювання стратегічної конкурентоспроможності підприємств слугували методи порівняльного та системного аналізу, дедукції, матричного позиціонування.

Результати дослідження. З'ясування суті стратегічної конкурентоспроможності підприємства має спиратись на розуміння базового поняття – конкурентоспроможності суб'єкта ринку. Не ставлячи за мету здійснення аналізу дискусії з цього питання, відзначимо лише основні її положення, які не потребують подальшого обговорення.

Не піддається сумніву обґрунтованість позиції М. Портера щодо суті конкурентоспроможності, яка відображає «властивість суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там конкуруючими суб'єктами» [1, с.23]. З цього можна зробити висновок, що основною ознакою конкурентоспроможності підприємства є його виробнича діяльність на певному ринку. Буде правильним і похідне твердження – наявність здатності підприємств до конкуренції зберігає їхню присутність на ринку.

Конкурентоспроможність суб'єкта ринку нерозривно пов'язана з системою його конкурентних переваг. Вона є наслідком реалізації наявних переваг, але не складає їхню арифметичну суму. Це нова якісна характеристика організації, що забезпечує її конкурентний успіх, основою якої слугує комплекс позитивних відмінностей, достатніх для протистояння негативному впливу зовнішнього середовища задля реалізації визначених конкурентних цілей. Зазначимо, що конкурентоспроможність це не лише результат реалізованих конкурентних переваг, а й наслідок конкурентних прорахунків в діяльності суб'єкта конкуренції. Тому предметом дослідження має бути конкурентоспроможність у різних форматах її прояву, в тому числі і потенційному.

Не менш важливою ознакою конкурентоспроможності є її відносність, як по відношенню до конкурентів, так і фактору часу.

Перше твердження впливає з неможливості відокремленого від конкурентів визначення здатності суб'єкта до конкуренції. Конкурентоспроможними стають ті підприємства, які витримують конкурентний вплив суперників і реалізують свою здатність до задоволення потреб споживачів.

Часова відносність конкурентоспроможності означає, що досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності підприємства не може розглядатися як іманентну довгострокову характеристику його ринкової позиції. В даному контексті вартим уваги є думка З.Є. Шершньової і С.В. Оборської про те, що «конкурентоспроможність організації не є її постійною характеристикою, вона визначає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам. Зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються також порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі» [4, с.71].

Слід також додати, що зміна конкурентоспроможності може відбуватись не лише під впливом управлінських дій даного підприємства (обґрунтованих чи помилкових), а й бути наслідком відповідної діяльності конкурентів. Тому конкурентоспроможність підприємства характеризується високим рівнем мінливості, що потребує формування потенціалу її підтримання у не сприятливих умовах середовища.

Зазвичай наявність засобів підтримання стійкого розвитку суб'єкта ринку в динамічному середовищі впродовж значимого періоду, пов'язують з його стратегічними можливостями, об'єднаними поняттям стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

В науковій літературі стратегічну конкурентоспроможність здебільшого пов'язують з перспективним характером конкурентного положення суб'єкта ринку, за майже повної відсутності спроб ідентифікувати інші її смислові характеристики. Лише деякі вчені долучились до вивчення сутності та з'ясування ознак термінологічного виокремлення поняття стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

Так, Р. А. Фатхутдінов зазначає, що стратегічна конкурентоспроможність це «потенційна здатність об'єкта або суб'єкта управління конкурувати в майбутньому на конкретних ринках, яка забезпечується зниженням прояву стратегічних неконкурентоспроможних факторів і посиленням прояву стратегічних ексклюзивних конкурентних переваг об'єкта (суб'єкта) на основі проведення комплексної стратегічної діагностики об'єкта або суб'єкта, параметрів ринку і конкурентів, розробки стратегії» [3, с.34]. Вчений концентрує увагу на перспективному і потенційному форматі стратегічної конкурентоспроможності, підкреслюючи належність її носія до конкретного конкурентного ринку. Останнє є ознакою безпосереднього зв'язку даного терміну із загально визнаним розумінням суті конкурентоспроможності суб'єкта ринку. Стратегічна конкурентоспроможність має смисл аналітичного застосування лише по відношенню до ринку, де реалізує свої конкурентні інтереси дане підприємство, а її рівень визначається у порівнянні його конкурентного положення з основними конкурентами.

А.С. Шпанко вказує на каузальний зв'язок стратегічної конкурентоспроможності з «ключовими можливостями розвитку» підприємства. Проте автор суттєво звужує смислове наповнення даного терміну, ототожнюючи стратегічну конкурентоспроможність з виокремленою «ознакою суб'єкта ринку, яка демонструє наявність у нього ключових можливостей розвитку, здобутих шляхом швидкої адаптації внутрішнього середовища функціонування до змін зовнішнього середовища, і досягнення на основі цього конкурентних цілей». [5, с.48].

Дійсно, досягти стратегічної конкурентоспроможності можна лише завдяки реалізації визначальних, «ключових» конкурентних переваг. Але це є скоріше умовою забезпечення стратегічної конкурентоспроможності, але аж ніяк не її смисловою характеристикою.

В монографії російських науковців В.Є. Рохчина, О.М. Ветрової і О.В. Полянського стратегічна конкурентоспроможність визначається як «багаторівнева економічна категорія і об'єкт управління, що характеризує здатність об'єктів і суб'єктів конкурентоспроможності протягом тривалого часу зберігати і (або) посилювати свої позиції на глобальних, мультинаціональних і локальних ринках...» [2, с.58]. Дослідники обґрунтовано вказують на необхідність відокремленого вивчення об'єкту управління і економічної категорії, коли мова іде про таке складне економічне явище, що одночасно може розглядатись як елемент наукової теорії і управлінської системи. Але навряд чи доцільно вважати стратегічну конкурентоспроможність окремою економічною категорією, за наявності усіма визнаної категорії конкурентоспроможність. Її стратегічний формат є уточнюючою ознакою, що вказує на певні характеристики загальної системи економічних відносин, що виникають між учасниками спільного конкурентного ринку.

Підкреслимо також обґрунтовану вимогу спільності ринку досліджуваних підприємств. Конкурентоспроможність стає об'єктом прикладного аналізу, коли вона відображає результативність конкурентних зусиль суб'єктів, які є учасниками спільного конкурентного ринку. Тому позиція авторів щодо диференціації стратегічної конкурентоспроможності підприємства на «глобальних, мультинаціональних і локальних ринках» є не однозначною, оскільки суб'єктами глобальних ринків є переважно транснаціональні компанії. Малі підприємства не можна вважати учасниками глобальних, чи мультинаціональних ринків, але їхня стратегічна конкурентоспроможність, як характеристика потенційної перспективної здатності зберегти свою присутність на ринку, має право на існування.

Отже, стратегічну конкурентоспроможність науковці пов'язують з перспективними, довготривалими і потенційними ознаками конкурентних можливостей суб'єкта, що мають забезпечити його майбутню присутність на ринку. Вони не викликають заперечень, але потребують уточнення, доповнення і системного узагальнення задля поглибленого сприйняття сутності стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

Перспективний характер стратегічної конкурентоспроможності, як головної її ознаки, має щонайменше дві форми фіксації:

- наявну, що характеризується здатністю підприємство до конкуренції за рахунок конкурентних переваг, які зберігаються у стратегічній перспективі;
- майбутню, якої може досягти підприємство в перспективі за рахунок набуття і реалізації нових конкурентних переваг, які б відповідали змінюваним умовам середовища.

В першому випадку стратегічний характер конкурентоспроможності підприємства буде визнаним в разі володіння ним конкурентними перевагами, які не втраять свою силу у стратегічній

перспективі. Зрозуміло, зазначена обставина свідчить про ймовірнісний характер стратегічної конкурентоспроможності, зважаючи на можливі зміни організаційного середовища у майбутньому, але таке підприємство володіє реальним потенціалом збереження своєї присутності на ринку.

В другому, підприємство може розраховувати на конкурентний статус у перспективі за умови набуття нових конкурентних переваг. Це шлях для суб'єктів, наявні конкурентні переваги яких, не мають перспектив дії у майбутньому. Ймовірність досягнення стратегічної конкурентоспроможності такого підприємства суттєво нижча і залежить від можливостей корпоративного менеджменту щодо оновлення існуючих переваг та вагомості нових, які мають забезпечити конкурентоспроможність підприємству впродовж тривалого часу у перспективі.

Отже, свідченням стратегічної конкурентоспроможності підприємства буде його діяльність на ринку у стратегічній перспективі, що, зрозуміло, не можна підтвердити у поточному періоді. Тому, ймовірнісний характер стратегічної конкурентоспроможності є її іманентною ознакою, яка має диференційований рівень в залежності від зовнішніх і внутрішніх організаційних умов господарювання.

Перспективний характер стратегічної конкурентоспроможності набуває конкретизованого прикладного значення в разі його детермінації, тобто, визначення тривалості періоду, який слід вважати стратегічним, і впродовж якого дане підприємство має забезпечити свою конкурентоспроможність.

В науковій літературі здебільшого керуються поняттям «стратегічності», виходячи з експертного визначення його тривалості, або обмежуються якісними характеристиками, на кшталт - «довгостроковий», «тривалий». Разом з цим період, який можна назвати стратегічним, є диференційованою ознакою, яка залежить від чинників, що впливають на формування і діяльність суб'єктів певного типу у визначеній сфері діяльності. Він не може бути персоніфікованим, але певний рівень групової індивідуалізації вбачається доречним.

Тривалість стратегічного періоду залежності від галузі економіки і обсягу діяльності підприємства. Логіка такого припущення полягає в об'єктивній різниці тривалості періоду, який претендує бути стратегічним, наприклад, для сталеливарних підприємств і підприємств торгівлі; невеликих роздрібних підприємств з обмеженим асортиментом товарів і гіпермаркетів, які реалізують десятки тисяч найменувань товарів і мають велику кількість постійних клієнтів.

Кожне із зазначених підприємств має свій формат стратегічного періоду. Його тривалість для сталеливарного підприємства визначається роками і десятиліттями, оскільки лише за цей час можуть відбутися значущі (стратегічні) зміни в технології, організації виробництва, трансформації конкурентного середовища, які впливають на його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність невеликих підприємств досить динамічна з огляду на швидкі зміни у внутрішньому організаційному середовищі і нестабільності їхніх конкурентних ринків, де представлено такі ж підприємства з ситуативними конкурентними можливостями.

Отже, стратегічним періодом слід вважати час, впродовж якого можуть відбутися зміни у конкурентному середовищі, які здатні вплинути на існування підприємства даного типу. Якщо виключити форс-мажорні непередбачувані події, то основним чинником впливу на збереження конкурентоспроможності підприємства є поява нових конкурентів, здатних витіснити підприємство даного типу з ринку. Тому тривалість стратегічного періоду конкретного суб'єкта ринку знаходиться в межах часу на створення та початок виробничої діяльності подібного підприємства і середнім часом функціонування підприємств подібного типу на даному ринку. Стратегічний період слугує мірилом часу, за який може змінитися склад основних конкурентів, і як наслідок, характер конкурентних відносин на ринку. За цей період конкурентний ринок може трансформуватись настільки, що загрози існуванню багатьом діючим на ньому підприємствам стануть цілком реальними.

Визначення стратегічного періоду необхідне не лише для того, щоб знати час, впродовж якого, ймовірно, підприємство збереже свою конкурентоспроможність в разі визнання її стратегічного характеру. Його тривалість має враховуватись при з'ясуванні доцільної ретроспективи здійснення аналізу досягнутої конкурентоспроможності, що має передувати оцінці рівня стратегічної конкурентоспроможності.

Більшість дослідників стратегічної конкурентоспроможності відзначають її потенційний характер, пов'язуючи його з невикористаними резервами, які мають забезпечити конкурентне положення підприємства у майбутньому. Це досить спірне положення, оскільки наявні резерви не завжди будуть використані у перспективі, а їхня поточна присутність може бути свідченням нездатності менеджменту до реалізації корпоративних можливостей розвитку. За таких обставин навряд чи можна говорити про збереження конкурентоспроможності у майбутньому, коли виклики зовнішнього середовища будуть лише посилювати вимоги до якості управлінських рішень.

Потенційний характер стратегічної конкурентоспроможності є похідною від ймовірнісної перспективи збереження конкурентоспроможності підприємства, яка має підкріплюватися певними здатностями і позитивними об'єктивними, часто рентними, умовами господарювання - комплексом конкурентних переваг, що мають потенціал збереження у стратегічній перспективі. Тому основною ознакою потенціалу конкурентоспроможності слід вважати наявність у підприємства стійких конкурентних переваг. Але існує незаперечна складність ідентифікації і кількісної інтерпретації можливих результатів реалізації зазначених переваг.

Отже, стратегічна конкурентоспроможність відображає ймовірнісну перспективну здатності суб'єкта ринку зберігати комплекс конкурентних переваг (потенціал конкурентоспроможності), що забезпечить його конкурентоспроможність у стратегічному періоді. Вона має відносний характер, а отже є об'єктом оцінки з диференційованим рівнем, який визначається:

- глибиною перспективи збереження конкурентоспроможності на основі наявних конкурентних переваг, яка вимірюється в одиницях часу;

- ступенем стійкості конкурентних переваг до негативних змін середовища, яка є якісною характеристикою, що відображає потенціал збереження конкурентоспроможності.

На відміну від досягнутої конкурентоспроможності, яка є характеристикою минулої діяльності підприємства, її стратегічний формат зорієнтовано на перспективний період, впродовж якого суб'єкт здатен витримувати конкуренцію на ринку. Збільшення цього періоду є свідченням зростання стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

Ступінь стійкості переваг підприємства є якісною ознакою конкурентоспроможності, яка визначають потенціал її захищеності від можливих змін зовнішнього оточення. Збільшення ступеня стійкості підприємства підвищує ймовірність збереження конкурентоспроможності у стратегічній перспективі.

Слід підкреслити, що наведені ознаки стратегічної конкурентоспроможності не можна розглядати відокремлено один від другого, оскільки вони не є самодостатніми. Так, збільшення глибини перспективи збереження конкурентоспроможності потребує відповідного зростання ступеня стійкості підприємства до негативних змін середовища, а зростання рівня стійкості наявних переваг не завжди забезпечить стратегічну конкурентоспроможність об'єкта з причини можливих конкурентних зрушень, що будуть потребувати набуття нових переваг з відповідними ознаками стійкості.

За умови відокремленої характеристики стратегічної конкурентоспроможності на основі однієї з розглянутих ознак, отримані результати не будуть достатніми для прийняття управлінських рішень з наступних причин:

- знання глибини перспективи збереження конкурентоспроможності не враховує конкурентного потенціалу щодо протидії можливим зовнішнім змінам, що можуть суттєво зменшити період реального збереження конкурентоспроможності;

- наявність інформації про ступінь стійкості підприємства до негативних змін середовища не дає уявлення щодо періоду, впродовж якого зазначена стійкість буде забезпечена.

Глибина стратегічної перспективи збереження конкурентоспроможності – це диференційований часовий період, протягом якого підприємство, ймовірно, забезпечить рентабельну реалізацію виробленої продукції. Він визначається на основі екстраполяції основних показників досягнутої конкурентоспроможності – обсягу і рентабельності діяльності. Отримання коректного прогнозу поданих показників на максимальну перспективу свідчить про час збереження конкурентоспроможності підприємством. Дана вимога стосується кожного з показників конкурентоспроможності, оскільки відсутність реалізації готової продукції, а також збиткова діяльність підприємства, є незаперечними ознаками його неконкурентоспроможності.

Даний метод оцінки глибина перспективи збереження конкурентоспроможності придатний для застосування у відносно стабільних умовах середовища. Непередбачувані зовнішні зміни можуть негативно вплинути на динаміку показників конкурентоспроможності, що порушить попередню тенденцію і унеможливить застосування екстраполяції. За таких умов визначення параметрів періоду збереження конкурентоспроможності можливе тільки за методом експертної оцінки.

Кількісна оцінка потенціалу збереження конкурентоспроможності пов'язана із складнощами, обумовленими відсутністю прямих параметричних характеристик стійкості конкурентних переваг підприємства. Застосування експертного методу ускладнить організаційну процедуру і не забезпечить об'єктивності оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства. Рівень довіри до отриманих результатів навряд чи задовольнить серйозного дослідника, оскільки така оцінка буде переважно інтуїтивною, з огляду на складність предмету вивчення.

Вирішення даної проблеми може бути здійснено на основі ідентифікації опосередкованих ознак потенціалу стратегічної конкурентоспроможності, які мають відповідні параметри виміру. До них можна віднести:

– період функціонування діючого підприємства, що є свідченням його конкурентоспроможності за цей час;

– досягнутий рівень конкурентоспроможності на момент останньої оцінки;

– реалізація підприємством цільових параметрів розвитку у поточному періоді, що виявляється в ретроспективній динаміці досягнутої конкурентоспроможності (динамічна конкурентоспроможність).

Доцільність врахування періоду функціонування діючого підприємства впливає з логічності висновку, щодо більшого досвіду конкурентної діяльності тих підприємств, які діяли на ринку більший період часу і довели свою здатність виживати у конкурентному середовищі. Період функціонування діючого підприємства є індивідуалізованою характеристикою окремого підприємства, збільшення якого свідчить про більшу ймовірність стратегічної конкурентоспроможності досліджуваного об'єкту.

Досягнутий рівень конкурентоспроможності є диференційованою характеристикою здатності підприємства досягати конкурентного результату. Підприємства з високою досягнутою конкурентоспроможністю мають значно вищий потенціал збереження присутності на ринку в стратегічній перспективі у порівнянні з тими, хто має нижчі параметри. Ці підприємства мають резерв зниження конкурентоспроможності без її втрати, якщо зовнішні зміни і внутрішні можливості стануть не сприятливими.

Позитивна ретроспективна динаміка досягнутої конкурентоспроможності підприємства, є свідченням більшої ймовірності збереження/посилення його конкурентного положення на ринку у перспективному стратегічному періоді у порівнянні з тими суб'єктами, які допустили зниження конкурентоспроможності. Конкурентний успіх підприємств, які змогли сформувати і реалізувати комплекс конкурентних переваг, що забезпечив зростаючу динаміку їхньої конкурентоспроможності, має певну інерцію, період збереження якого залежить від темпів росту досягнутої конкурентоспроможності. Це обумовлює доцільність диференційованої оцінки зазначеного зростання.

Крім того, наявність ретроспективної динаміка конкурентоспроможності є необхідною умовою здійснення прогнозу конкурентного положення підприємства, а її зростаючий характер за наявності помітної тенденції - ознакою потенціалу збереження конкурентоспроможності у стратегічній перспективі.

Окремо слід зазначення, що розглянуті передумови набувають прикладного значення лише за їх комплексного застосування. Так, значний період функціонування підприємства за негативної динаміки конкурентоспроможності є ознакою можливості її втрати у перспективі. Позитивна ж динаміка конкурентоспроможності впродовж незначного періоду не гарантує збереження даної тенденції у стратегічній перспективі.

Тому кількісне вимірювання потенціалу стратегічної конкурентоспроможності (ПСК) доцільно здійснювати за інтегральним методом з використанням коефіцієнтів конкурентного досвіду (Кдс), досягнутої (Кд) і динамічної (Кдн) конкурентоспроможності підприємства:

$$ПСК = \sqrt[3]{Кдс \cdot Кд \cdot Кдн}$$

Базою порівняння за розрахунку коефіцієнту конкурентного досвіду має бути тривалість стратегічного періоду в роках (Тсп), визначеного для суб'єктів даного ринку:

$$Кдс = Тф : Тсп,$$

де: Тф – період функціонування досліджуваного підприємства, років.

Зростання значення даного показника свідчить про накопичений досвід забезпечення конкурентоспроможності і характеризує управлінський потенціал адекватного реагування на конкурентні виклики ринку.

Коефіцієнт досягнутої конкурентоспроможності визначається за даними звітного року діяльності підприємства:

$$Кд = \sqrt{Vп \cdot Vcp \cdot Rp \cdot Rcp},$$

де: Vп – обсяг діяльності підприємства;

Vcp – середній обсяг діяльності підприємств на ринку;

Rп – рентабельність діяльності підприємства;

Rcp – середня рентабельність діяльності підприємств на ринку.

Характер ретроспективної динаміки конкурентоспроможності (динамічної конкурентоспроможності) визначається за час, що відповідає тривалості стратегічного періоду:

$$Кдн = \sqrt{Ivп \cdot Ivcp \cdot Ipп \cdot Ipcp},$$

де: Ivп, Ipп – індекси, відповідно, обсягу і рентабельності підприємства;

Ivcp, Ipcp – середні значення індексів обсягу і рентабельності підприємств на ринку.

Високий рівень потенціалу стратегічної конкурентоспроможності відповідає наступній умові:
 $ПСК > 1$

Даний метод дозволяє розрахувати параметри потенціалу стратегічної конкурентоспроможності підприємства, які можна використати при диференціації досліджуваних підприємств і їх групуванні за певними ознаками.

З метою отримання аналітичних результатів і прийняття управлінських рішень доцільно надати якісну характеристику конфігурації складових потенціалу стратегічної конкурентоспроможності і з'ясувати обставини, що обумовили отримання того чи іншого результату (табл. 1).

Таблиця 1

Конфігурація складових потенціалу стратегічної конкурентоспроможності підприємства та їхня оцінка

Кдс, ^в – високе; ^н – низьке	Кд, ^в – високе; ^н – низьке	Кдн, ^в – високе; ^н – низьке	Оцінка ПСК
Кдс ^в	Кдс ^в Кд ^в	Кдс ^в Кд ^в Кдн ^в	Надвисока
		Кдс ^в Кд ^в Кдн ^н	Висока з негативним прогнозом
	Кдс ^в Кд ^н	Кдс ^в Кд ^н Кдн ^в	Середня з позитивним прогнозом
		Кдс ^в Кд ^н Кдн ^н	Середня з негативним прогнозом
Кдс ^н	Кдс ^н Кд ^в	Кдс ^н Кд ^в Кдн ^в	Середня з позитивним прогнозом
		Кдс ^н Кд ^в Кдн ^н	Середня з негативним прогнозом
	Кдс ^н Кд ^н	Кдс ^н Кд ^н Кдн ^в	Низька з позитивним прогнозом
		Кдс ^н Кд ^н Кдн ^н	Наднизька

Дослідження отриманих варіантів конфігурації дозволяє надати якісну характеристику потенціалу стратегічної конкурентоспроможності підприємства. Особливу увагу слід звернути на прогнозні характеристики ПСК, які дозволяють заздалегідь прийняти управлінські рішення задля виправлення ситуації.

Здійснену оцінку було надано виходячи з однакової значимості досвіду роботи (Кдс) і досягнутого рівня конкурентоспроможності (Кд). За умови передбачення суттєвих змін у зовнішньому середовищі значимість досвіду може бути знижено, а оцінку ПСК уточнено.

Змістовні аналітичні висновки можна отримати при поєднанні характеристик потенціалу і глибина перспективи збереження конкурентоспроможності, визначеної за методом екстраполяції показників конкурентоспроможності підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

Аналітичне оцінювання варіантів співвідношення потенціалу та періоду стратегічної конкурентоспроможності підприємства

Потенціал стратегічної конкурентоспроможності	Глибина стратегічної перспективи збереження конкурентоспроможності	Аналітичні висновки
Кдс ^в Кд ^в Кдн ^в	необмежена	Стратегічно конкурентоспроможне підприємство з необмеженим періодом
Кдс ^в Кд ^в Кдн ^н	відсутня	Швидке зниження конкурентоспроможності зрілого підприємства загрожує його існуванню
	обмежена	Швидке зниження конкурентоспроможності зрілого підприємства потребує попереджуючих управлінських дій
Кдс ^в Кд ^н Кдн ^в	необмежена	Стратегічно конкурентоспроможне підприємство з активно зростаючою конкурентоспроможністю

Потенціал стратегічної конкурентоспроможності	Глибина стратегічної перспективи збереження конкурентоспроможності	Аналітичні висновки
Кдс ^в Кд ^н Кдн ^н	відсутня	Досвід підприємства не забезпечив його стратегічної конкурентоспроможності
	обмежена	Зниження конкурентоспроможності складає загрозу у стратегічній перспективі
Кдс ^н Кд ^в Кдн ^в	необмежена	Молоде успішне підприємство з надактивним конкурентним розвитком
Кдс ^н Кд ^в Кдн ^н	відсутня	Молоде підприємство, що досягло високої конкурентоспроможності перебуває в процесі згортання своєї діяльності
	обмежена	Молоде підприємство, що досягло високої конкурентоспроможності відчуває стратегічні загрози
Кдс ^н Кд ^н Кдн ^в	необмежена	Перспективне молоде підприємство, що може досягти високої конкурентоспроможності
Кдн ^н Кдс ^н Кд ^н	відсутня	Перспективи збереження конкурентоспроможності наднизькі
	обмежена	Збереження конкурентоспроможності потребує активних зусиль

Якщо не брати до уваги неможливі варіанти, які поєднують ознаки відсутності стратегічної конкурентоспроможності з високими значеннями динамічної конкурентоспроможності, а також, необмеженої у часі конкурентоспроможності з негативною динамічною конкурентоспроможністю, отримаємо 12 реалістичних конфігурацій досліджуваних характеристик стратегічної конкурентоспроможності підприємств.

Стратегічно конкурентоспроможні підприємства можуть мати обмежений - в разі знижуваної лінії тренду і, необмежений - за зростаючого тренду, період конкурентоспроможності. Якщо прогноз часу функціонування підприємства менший за стратегічний період, такий суб'єкт не володіє стратегічною конкурентоспроможністю.

Сформульовані аналітичні висновки мають узагальнюючий характер і потребують змістовної конкретизації з огляду на конкурентне положення кожного підприємства.

Висновки. Стратегічна конкурентоспроможність відображає ймовірнісну перспективну здатності суб'єкта ринку зберігати комплекс конкурентних переваг (потенціал конкурентоспроможності), що забезпечить його конкурентоспроможність у стратегічному періоді.

Стратегічним періодом слід вважати час, впродовж якого можуть відбутися зміни у конкурентному середовищі, які здатні вплинути на існування підприємства даного типу.

Стратегічна конкурентоспроможність визначається глибиною перспективи збереження конкурентоспроможності і ступенем стійкості конкурентних переваг, що відображає потенціал збереження конкурентоспроможності.

Потенціал стратегічної конкурентоспроможності характеризується: тривалістю часу функціонування діючого підприємства, досягнутим і динамічним рівнем конкурентоспроможності. Його кількісне вимірювання доцільно здійснювати за інтегральним методом.

Задля отримання аналітичних результатів і прийняття управлінських рішень необхідно надати якісну характеристику конфігурації складових стратегічної конкурентоспроможності за методом багатомірного матричного позиціонування.

Запропонований підхід дозволяє перевести у площину аналітичної конкретики якісні характеристики стратегічної конкурентоспроможності підприємства і оцінити перспективу її збереження впродовж визначеного стратегічного періоду.

Література:

1. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 2006. – 806 с.
2. Рохчин В.Е., Ветрова Е.Н., Полянский А.В. Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития его потенциала / под редакцией д-ра экон. наук, профессора А.Е. Карлика. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 262 с.
3. Фатхутдинов Р. Стратегическая конкурентоспособность и экономика России // Общество и экономика. - №1. – 2003 - С. 31 – 43
4. Шершньова З.С., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посібник. – КНЕУ, 1999. – 384 с.
5. Шпанко А. Про сутність поняття “стратегічна конкурентоспроможність”// Економіка України. - 2007. - № 6. - С. 45-49

УДК 336.1:334.012.64 (330.3)

Кугій А. А.

Сокотенюк С. М.

Національний технічний університет України «КПІ»

СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

STRUCTURAL ANALYSE OF FINANCIAL PROVIDING OF THE SMALL ENTERPRISES

Розглянуто становище малого підприємництва в динаміці за 2014 рік. Проведено порівняльний аналіз галузевого розподілу частки малих підприємств в загальній їх кількості в Україні, США та європейських країнах. Наведена характеристика видів фінансового забезпечення. Простежено динаміку змін обсягу власного оборотного капіталу, та облікової ставки НБУ з 2002 року по 2014 рік. Розглянуто співвідношення видів фінансового забезпечення та можливість залучення коштів підприємствами з установ різного виду діяльності. Проаналізовано особливості фінансового забезпечення підприємництва в Україні на національному рівні при паралельному дослідженні засад фінансування закріплених світовим досвідом. Проведено оцінку кількісних зрушень соціально-економічної підприємницької діяльності. Виокремлено головні ознаки видів фінансового забезпечення, характерні для України. Визначено повний необхідний обсяг фінансового забезпечення задоволення потреб сучасних малих підприємств.

Ключові слова: мале підприємництво, фінансове забезпечення, самофінансування, кредитування, позики.

Рассмотрено положение малого предпринимательства в динамике за 2014 год. Проведен сравнительный анализ отраслевого распределения доли малых предприятий, в общем их количестве в Украине, США и европейских странах. Наведена характеристика видов финансового обеспечения. Прослежена динамика изменений объема собственного оборотного капитала, который составляет основу самофинансирования малых предприятий и учетной ставки НБУ с 2002 по 2014 год. Рассмотрено соотношение видов финансового обеспечения, а так же возможность привлечения средств предприятиями из учреждений разного вида деятельности. Проанализированы особенности финансового обеспечения предпринимательства в Украине на национальном уровне при параллельном исследовании основ финансирования закрепленных мировым опытом. Проведена оценка количественных сдвигов социально-экономической предпринимательской деятельности.

Выделены главные признаки видов финансового обеспечения, характерные для Украины. Определен полный необходимый объем финансового обеспечения для удовлетворения потребностей современных малых предприятий.

Ключевые слова: малое предпринимательство, финансовое обеспечение, самофинансирование, кредитование, займы.

The article deals with the situation of small businesses as of 2014. Was done a comparative analysis of the sectoral distribution share of small businesses in their total number in Ukraine, in the USA and European countries. Characterize types of financial support. Traced the dynamics of changes in the volume of its own working capital, which constitutes the basis of self-financing of small businesses and the NBU discount rate from 2002 to 2014. Considered interrelation of financial security and the ability to raise funds from institutions of various enterprises activity. Was analyzed the features of financial security business in Ukraine at the national level with a parallel study of the principles enshrined finance world experience. Carried a quantitative assessment of changes of socio-economic development of entrepreneurship. Author determined the main types of financial security features characteristic of Ukraine. Determined full required amount of financial security to meet the needs of today's small businesses.

Keywords: small business, financial security, self-financing, lending, loans.

Вступ. Фінансове забезпечення розвитку малого підприємства є економічною передумовою його діяльності та, як наслідок, насичення ринку товарами, роботами та послугами. Увага приділяється саме малому підприємству, тому, що воно залучає населення до участі й реалізації підприємницьких здібностей, та є фундаментом для розвитку середнього бізнесу, на який припадає найбільша частка реалізації продукту.

Механізм залучення фінансових ресурсів містить дві складові: фінансування за рахунок власних коштів, залучення коштів від інших (зовнішніх) джерел капіталу. Перший напрям є однонаправленим та однозначним у своєму життєвому циклі, тоді як другий, регулюється багаточисленими факторами та, залежно від виду джерела, може бути скоригованим, багатоцільовим і направленим у перспективу.

Аналізу економічної природи та особливостям малого підприємства приділено увагу такими вченими як З. С. Варналій, К. О. Ващенко, Д. А. Ляпін, О. В. Кужель. Висвітленню фінансового забезпечення діяльності суб'єктів господарювання присвятили свої праці українські науковці І. А. Бланк, Т. Васильців, Л. Воротіна, В. Є. Вороткін, Т. Ковальчук, В. П. Кудряшов, П. С. Рогожин, В. Г. Федоренко [4; 7]. Розгляд теоретичних і практичних ознак проводили економісти-фінансисти: М. Д. Білик, П. Ю. Буряк, О. В. Крохмаль, Я. П. Онищук, С. К. Реверчук [3]. У праці І. А. Ломачинської був досліджений світовий досвід фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого бізнесу та запропоновано заходи, щодо комплексної державної політики з удосконалення механізмів фінансування вітчизняних підприємств малого бізнесу [3]. О. О. Другов запропонував систему фінансування малого та середнього бізнесу залежно від етапу розвитку [4]. Л. О. Боцьорою було проаналізовано питому вагу кредитів, наданих банками України малим підприємствам, у загальному обсязі кредитного портфеля банку у рамках джерел фінансових ресурсів [6]. Але погоджуючись зі значними теоретичними доробками даного питання, вбачається доцільним дослідити практичні прояви виділеної проблеми в світлі останніх змін економічного становища України.

Актуальність даної теми визначена умовами сучасного постіндустріального суспільства. Отримання оптимальних рішень за наявних проблем фінансового та інформаційного характеру покладається на інфраструктуру підтримки малого бізнесу, що спрямована на встановлення безпеки для стабільного функціонування й стійкого соціально-економічного розвитку у передкризовий, посткризовий періоди. Вибір ефективного механізму фінансування є передумовою формування конкурентного та інноваційного середовища, підвищення рівня доходів населення. За необхідності введення практичних і теоретичних підходів до вивчення організаційної діяльності фінансової підтримки підприємств, питання ефективності його проведення залишається відкритим.

Відтворення на практиці теоретичних засад законодавчої бази, злагодження взаємодіючої структури фінансового забезпечення вимагає поглиблення її вивчення з національного рівня на міжрегіональний. Врахування факторів розвитку підприємництва кожного регіону надає змогу збалансувати ефективність фінансового забезпечення, та мінімізувати збитковість неналежного вкладення ресурсів.

Постановка завдання. Завданням статті є аналіз видів фінансового забезпечення малого бізнесу з наступним виокремленням саме пріоритетних видів з них, на основі досвіду розвинених країн світу, через узагальнення статистичних даних і практики діяльності.

Методологія. Під час написання статті використаний системний аналіз й емпіричні та теоретичні методи: порівняння, абстрагування і, насамперед, аналізу показників, розрахованих на основі статистичних даних.

Результати дослідження. Мале підприємництво є фундаментальним показником капіталістичних відносин і ринкової економіки, створюючи конкуренцію та залучаючи у безпосередні економічні відносини суб'єктів підприємницької діяльності. Порівняно з великим і середнім підприємництвом саме мале підприємництво визначається такими перевагами, як більша здатність пристосовуватися до змін у структурі споживання, мобільністю, меншими витратами на основні засоби через менший оборот товарів, робіт та послуг.

Як видно з табл. 1, діючі малі підприємства, станом на 2013 рік мають найбільшу частку у галузі оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – 28,53 % до загальної кількості підприємств малого бізнесу, та найменшу частку у сфері мистецтва, спорту та відпочинку – 0,6 %.

Таблиця 1

Розподіл малих підприємств за видами економічної діяльності

Види економічної діяльності	Одиниць	У % до загальної кількості малих підприємств
Усього	373809	
сільське, лісове та рибне господарство	47005	12,74
промисловість	43851	11,73
будівництво	35157	9,4
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	106633	28,53
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	15404	4,12
тимчасове розміщування й організація харчування	9757	2,61
інформація та телекомунікації	14577	3,9
фінансова та страхова діяльність	4699	1,26
операції з нерухомим майном	33257	8,89
професійна, наукова та технічна діяльність	33173	8,87
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	16254	4,35
освіта	2318	0,62
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4679	1,25
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2261	0,6
надання інших видів послуг	4784	1,28

(Розраховано авторами на основі [1])

За даними Державної служби статистики України на 01.01.2013р. в Україні діяло 1600127 суб'єктів господарювання, з яких 1578879 суб'єктів малого підприємництва, 20550 суб'єктів середнього підприємництва та 698 суб'єктів великого підприємництва [8, с. 5]. Станом на 01.07.2014р. державними реєстрами в Україні проведено реєстрацію 2983402 фізичних і юридичних осіб підприємців (проведено державну реєстрацію припинення 1682618) [2]. З урахуванням кількості населення України на 1 січня 2014 року – 42981,9 тис. осіб (без врахування території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя) зареєстрована кількість складає лише 6,94 % населення країни. У той час як у секторі малого бізнесу зайнята кожна третя сім'я у США, та 87 з 100 жителів країн ЄС [3, с. 37].

За регіональним розподілом у 2013 році переважна частина малих підприємств зосереджена в Дніпропетровській, Київській, Львівській, Одеській, Харківській та Донецькій областях. Мале підприємництво відіграє не останню роль у структурі зайнятості населення. Так, у сфері малого підприємництва за результатами 2012 року працювало 6,1 млн осіб, з яких 32 % (1,952 млн) пра-

цювало на малих підприємствах та 17 % (1,037 млн) працівників були залучені у якості найманих працівників фізичними особами-підприємцями. Вони реалізували 20,8 % від загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) [8, с. 6].

На тлі причин, що сповільнюють розвиток малого бізнесу, таких, як неопрацьованість законодавства, невизначений характер податкового навантаження, відсутність державного механізму сприяння розвитку малого бізнесу, обмеження технічних засобів, постає важливе питання фінансового забезпечення майнової, фінансової підтримки.

Поняття «фінансування» визначається як сукупність заходів, спрямованих на покриття потреб підприємства в капіталі, які включають мобілізацію фінансових ресурсів (коштів, їх еквівалентів та майнових активів) та їх повернення [5, с. 38]. Залежно від джерел фінансування фінансове забезпечення поділяється на:

- використання власного капіталу;
- кредитування або залучення капіталу;
- зовнішнє фінансування.

Ці форми фінансування включають самофінансування (використання прибутку та амортизаційного фонду), залучення кредитних коштів, державне фінансування, гранти, тендери, залучення ресурсів міжнародних організацій і фондів, використання іменного та приватного капіталу, інвестування, лізинг.

Вагому частку витрат на інвестиції розміром у 65 % займає самофінансування [4, с. 116]. У 2012 році ця частка знизилась до 59,2 %. За даного виду суб'єкти стають головними регуляторами підприємницьких дій, виключаючи методи прямого впливу на них. Оскільки головне джерело фінансування капітальних інвестицій складають власні кошти підприємств і організацій, то розвиток організації стає повністю залежним, і одночасно обмеженим її прибутковістю та інвестиційною активністю. Як видно з табл. 2, тенденція до збільшення власного оборотного капіталу зберігалася з 2006 до 2010 року, а починаючи з останнього, через світову фінансову кризу і несприятливі для розвитку малого бізнесу зміни, в законодавстві змінилася в бік падіння.

Таблиця 2

Власний оборотний капітал зареєстрованих малих підприємств

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Власний оборотний капітал (млн грн)	26102,7	47901,6	67266,5	59007,9	162899,1	42425,5	46417,4	39794,1

(Розраховано авторами на основі [6] і [8])

Частка запозичень, що використовуються представниками малого бізнесу в Україні складає менше 35 %, а в США не перевищує 10 [3, с. 38]. Отримання запозичень виконується у спеціальних фінансових установах банківської системи. Основним джерелом залучених кредитних ресурсів малого підприємництва виступають кредити банків, питома вага яких зросла за 10 років на 4,4 процентних пункти. Проте досягнувши історичного максимуму 13,7 % у загальному обсязі кредитів, наданих банківськими установами в 2008 році, більше не піднімалась [6]. Обсяг капітальних інвестицій у 2012 році залучений малими підприємствами склав 36135,5 млн грн, з 111382,9 млн грн виділених на розвиток малого та середнього бізнесу. У 2011 році цей показник становив 100187,7 млн грн, з яких на розвиток малого підприємництва було виділено близько 32503,5 млн грн. Розподіл джерел інвестування наведений на рис. 1 [8, с. 11].

Потреби малого бізнесу у залучених коштах забезпечуються лише на 17 – 20 % [3, с. 41]. Основними інститутами з надання фінансових послуг є: інститути спільного інвестування, державної фінансової підтримки малого підприємництва, комерційні банки, лізингові компанії, кредитні спілки, ломбарди. Станом на 01.01.2012р. в Україні діяло 276 небанківських фінансових компаній, 535 лізингових компаній; станом на 01.01.2013р. - 176 банків, 30,3 % яких за участю іноземного капіталу, 12,5 % з повністю іноземним капіталом. Кошти від макрофінансових інститутів були залучені у розмірі 2631 млн. грн. від 617 кредитних спілок та 6504,2 млн. грн. від 466 ломбардів [8, с. 14].

Залучення коштів від комерційних банків складає досить ускладнену процедуру, по-перше, через суб'єктивне враження нереальності отримання кредитів (згідно з соціологічними дослідженнями так вважають 60 % українських підприємців). По-друге, малі підприємства працюють з меншим

обсягом товарообороту, 20,8 % від загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг), порівняно із середніми підприємствами – 39,7 %, та великими – 39,5 %. Вони функціонують в умовах підвищеного рівня ризику, нестачі фахівців з фінансово-економічної оцінки перспектив розвитку проектів, що розглядається фінансовими установами критично. У деяких банках заморожено кредитування малого бізнесу, наприклад: Укрсоцбанк, Райффайзен Банк Аваль, Правекс-Банк, Прокредитбанк [11]. Кредитні програми з кожним роком дорожчають, особливо у національній валюті. Якщо ставки за позичками у доларах видаються під 12-16 %, то у гривнях вона становитиме щонайменше 15-22 % для великих підприємств, та 30-50 % для середніх і малих. Залежно від строку позик надається перевага короткостроковим, які забезпечують потребу підприємств товарного постачання, торгівельної діяльності, але не інноваційним проектам, які вимагають тривалого терміну. Кредити терміном до 3 років надаються на суму від 100 до 125 тис. доларів, мікрокредити від 100 до 5 тис. – до 14 днів. З огляду вигоди банків, їх діяльність переключається все більше на кредитування споживчих та іпотечних потреб фізичних осіб [4, с. 117]. Намагаючись збалансувати економічну ситуацію, що спалахнула після політичної кризи кінця 2013 року – початку 2014 року, з 17.07.2014р. облікову ставку підвищили з 9,5 % до 12,5 %. Як бачимо з табл. 3, обраний розмір облікової ставки кількісно перевищує за 2008 рік та дорівнює розміру облікової ставки за період 10.12.2001р. – 11.03.2002р. [12].

Розподіл джерел фінансування

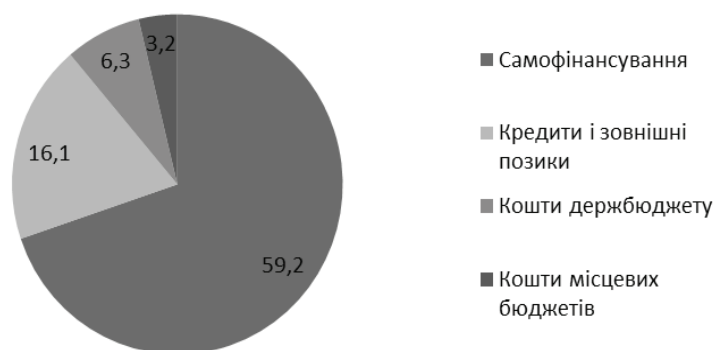


Рисунок. Розподіл джерел фінансування у % [8, с. 11]

Таблиця 3

Зміна облікової ставки з 2002 року по 2014 рік за даними НБУ [12]

Період	2002		2004			2005	2006	2007	2008	
	з 05.07	з 05.12	з 09.06	з 07.10	з 09.11	з 10.08	з 10.06	з 01.06	з 01.06	з 30.04
% річних	8.0	7.0	7.5	8.0	9.0	9.5	8.5	8.0	10.0	12.0
Період	2009		2010			2012	2013		2014	
	з 15.06	з 12.08	з 08.06	з 08.07	з 10.08	з 23.03	з 10.06	з 13.08	з 15.04	з 17.07
% річних	11.0	10.25	9.5	8.5	7.75	7.5	7.0	6.5	9.5	12.5

Альтернативою довгостроковим позикам міг би стати лізинг. У країнах розвинутої ринкової економіки частка інвестування в основний капітал, яка припадає на лізинг становить 30 %. Ця альтернатива може вирішити проблему лише з основними засобами та технологічним забезпеченням. Використання послуг лізингових компаній ще не набуло значного поширення на території України, через що, не може в необхідному обсязі забезпечити малі підприємства [5, с. 39]. До подібної альтернативи можна віднести венчурні компанії та фонди, що набули практики у більшості в США. Ця система лише започаткована в Україні, прикладом може слугувати Український фонд підтримки підприємництва, що має за мету [9]:

- фінансування програм розвитку підприємництва;
- створення інфраструктури фінансової підтримки підприємництва;

- фінансову підтримку проектів за напрямками, визначеними Державною службою України з питань розвитку підприємництва;
- співробітництво з міжнародними, іноземними структурами;
- сприяння залученню інвестицій.

Станом на 01.01.2014р. в регіонах України діють 480 бізнес-центрів, 79 бізнес-інкубаторів, 50 технопарків, 538 лізингових центрів, 4148 небанківських фінансово-кредитних установ, 226 фондів підтримки підприємництва (з яких 23 створені за участю Українського фонду підтримки підприємництва), 3034 інвестиційних та інноваційних фондів і компаній, 4238 інформаційно-консультативних установ [8, с. 16].

Основною установою, яка зацікавлена найбільшою мірою у розвитку підприємництва, є держава. Її основне завдання полягає у сприянні розвитку й заохоченні недержавної підтримки через стимулювання фінансових установ до надання позик, переорієнтацію бюджетних коштів, створення гарантійних і страхових установ, використання іноземної допомоги [10, с. 52].

У практиці державної допомоги використовують пряме державне фінансування і пряме державне кредитування. Обсяг залучення вирізняють залежно від етапу розвитку підприємства:

1. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності підприємства на етапі створення.
2. Налагодження діяльності новостворених підприємств у перші роки.
3. Забезпечення поточної інвестиційної діяльності діючих малих та інноваційних підприємств (3-5 роки діяльності).
4. Фінансове забезпечення на етапі стабілізації діяльності (5 років і більше).

Державна підтримка проводиться у макроекономічному та протекціоністському напрямках. Макроекономічний спрямований на підтримку підприємницької діяльності в цілому, незалежно від масштабів чи галузевої підпорядкованості. Протекціоністський передбачає реалізацію програм підтримки саме малого підприємництва. Цільові програми протекціоністського напрямку розробляються на основі специфічних особливостей фінансово-господарської діяльності. Основними принципами розробки є: нейтральність фінансової допомоги, збереження конкурентного середовища в секторі, забезпечення рівних умов доступу до джерел фінансової підтримки, забезпечення оптимального порядку графіка повернення фінансової допомоги, надання допомоги опосередкованими методами [7].

Держава виконує роль посередника у підтримці міжнародними фінансовими організаціями малих підприємств. Полегшує ситуацію з доступом до кредитних ресурсів для малих і середніх підприємств співробітництво з міжнародними організаціями. Німецько-український фонд (НУФ), заснований у 1999 р. німецьким банком розвитку (KfW) з 2011 р. надав кредити 523 малим і середнім підприємствам на суму 42,7 млн євро та 30 млн грн. Наприкінці 2012 р. було надано також 10 млн євро для кредитування малих і середніх підприємств. Підтримка Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) виконується за програмою кредитування мікро-, малого та середнього підприємництва, шляхом надання 100 млн євро на кредитування цього сектора, а також програмами Європейського інвестиційного банку, Міжнародної фінансової корпорації [8, с. 15].

За основу необхідно приймати лише позитивний досвід країн ринкової економіки. Фінансування малого бізнесу в ЄС має злагоджену організацію. До неї залучені Структурні Фонди: Фонд регіонального розвитку, Соціальний фонд. Поділяють ці фонди на товариства спільного інвестування й товариства спільного гарантування. Вагомою підтримкою є Торговельно-промислові палати, Асоціації малого бізнесу. Значне досягнення взаємодопомоги держави та малого підприємництва досягнуто у Японії, де промислове виробництво забезпечене на 40 % за рахунок малого бізнесу. Реалізація була проведена за рахунок впровадження спеціального оподаткування, для окремих видів діяльності; створення корпорації страхування; надання переваги новим розробкам і використанню нових технологій. У США використання на малих підприємствах близько 90 % власного оборотного капіталу доповнюється вдалими розробками щодо консалтингових послуг, наданням пільг Адміністрацією по справам малого бізнесу США компаніям, зайнятих у нано- та біотехнологіях, розробках альтернативних джерел енергії, ІТ-технологіях. У 2012 році було створено урядом спеціального фонду для кредитування малого підприємництва в обсязі 30 млрд дол. [3, с. 38].

Висновки. Фінансове забезпечення, є основним з факторів сприяння розвитку малих підприємств, яке потребує вивчення при зростанні в Україні кількості малих підприємств. У розглянутих видах можна простежити такі особливості:

1. На сьогоднішній момент *самофінансування* складає вагому частку фінансового забезпечення. При цьому зберігається найменший вплив державних регуляторів на внутрішню і зовнішню

діяльність підприємства. Ефективність і прибутковість підприємства стають основними регуляторами, вони встановлюють обмеження у використанні прибутку та амортизаційного фонду.

2. *Фінансово-кредитний ринок* надає позики у більшості благонадійним представникам, за умови наявності ліквідного забезпечення. Рішення надання позики попередньо встановлюється фінансовими установами з розгляду подальшої вигоди, яка не завжди є двосторонньою. Цей вид фінансового забезпечення тісно пов'язаний з державною політикою та регулюється через зміну облікової ставки.

3. Для малого підприємства отримання фінансового забезпечення від *міжнародних організацій і фондів* полегшується за умови збігання їх видів діяльності.

4. Ресурси *державного фінансування* перерозподіляються через програму «Мікрокредитування суб'єктів малого підприємства». Кошти виділяються на підвищення загального соціально-економічного рівня життя населення країни, розподіляються по галузям, у тому числі на розвиток малого підприємства, з метою одержання в перспективі мультиплікаційного ефекту. На практиці залучення коштів потерпало від тіньової економіки, через яку до кінцевого пункту потрапляла лише частина виділених ресурсів, до того ж не достатня для отримання бажаного ефекту.

Постає питання необхідного обсягу фінансування, який би повністю задовольнив потреби малого бізнесу. Виходячи з того, що залучені кошти задовольняють лише 17-20 % його потреби у фінансуванні, для повного забезпечення необхідний обсяг фінансування повинен бути збільшений у 2,04-2,4 рази. Але надання повного необхідного обсягу фінансування за незмінності бюджету та відмови від відкритої діяльності державних, комерційних установ не призведе до покращення становища країни в цілому.

Суттєве покращення можливе лише за ефективного розподілу фінансових ресурсів у розрізі визначених потреб малого підприємства та стратегічних цілей і завдань поставлених політикою регіонального розвитку. Встановлено, що кількість організацій громадської підтримки та інфраструктури підтримки підприємства має незначний вплив. Таким чином, соціально-економічний розвиток, викликаний підприємницькою діяльністю, покладається на якісні зрушення, зокрема інноваційні проекти, збільшення платоспроможного попиту, задовільна технологічна база.

Наукова новизна проведеного аналізу полягає у формуванні методичного підходу вдосконалення механізму фінансового забезпечення простого та розширеного відтворення малого підприємства, що ґрунтуються не стільки на залученні досвіду передових країн світу, скільки, на аналізі причинно-наслідкових зв'язків всередині країни з врахуванням можливих джерел фінансування. *Практичне значення* проведеного дослідження сформоване визначенням необхідного співвідношення різних видів фінансового забезпечення діяльності малого підприємства в умовах кризи. *Перспективи подальших наукових розробок* за даним напрямом полягають у вивченні практичних наслідків у кризовий та стабільний періоди, для визначення найбільш дієвих методів забезпечення наповнення малих підприємств фінансовими ресурсами.

Література:

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
2. Офіційний сайт Державної реєстраційної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.drсу.gov.ua/show/13000>
3. Ломачівська І. А. Формування джерел фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого підприємства / І. А. Ломачівська // Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечнікова. – 2012. - № 3-4. – С. 37–43.
4. Другов О. О. Аналіз джерел фінансування розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О. О. Другов // Стратегічні пріоритети. – 2008. - № 4(9). – С. 115–120.
5. Гацька Л. П. Проблеми фінансового забезпечення малого бізнесу в Україні / Л. П. Гацька, В. Л. Журавський // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2005. – Економіка 80. – С. 37–40.
6. Боцьора Л. О. Фінансово-кредитне забезпечення розвитку малого підприємства в Україні [Електронний ресурс] / Л. О. Боцьора // Електронний науковий архів Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15786/1/76-Botsiora-169-170.pdf>
7. Бездітко Ю. М. Принципи розробки програм фінансового забезпечення інвестиційної діяльності малих підприємств [Електронний ресурс] / Ю. М. Бездітко // Ефективна економіка : Електронне наукове фахове видання. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=532>
8. Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства / Аналітичний звіт про стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємства в Україні. – К., 2014. – Режим доступу : <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CEcQFjAF&url=http%3A%2F%2F>

2Fwww.dkrp.gov.ua%2Ffiles%2F042dbf480c.doc&ei=iM8wVOeeOYbaOJH_gLgJ&usg=AFQjCNH_f3-nDheCo32UJdRjQr3F6aCtEg&sig2=_9pk735SjX-HKwSpHzNmfA

9. Офіційний сайт Українського фонду підтримки підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ufpp.gov.ua/>

10. Збарський В. К. Тенденції розвитку малого підприємництва / В. К. Збарський, М. П. Канінський // Економіка АПК. – К., 2009. - № 8. – С. 50–53.

11. Соловійов В. М. Інвестування малого та середнього бізнесу: проблеми та шляхи розв'язання [Електронний ресурс] / В. М. Соловійов // Державне будівництво : Електронне наукове фахове видання. – Х., 2009. – № 1. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/2/27.pdf>

12. Офіційне інтернет-представництво Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=53647

УДК 338.65.01

Шевчук О.А.

*канд. економ. наук, доцент,
Національний технічний університет України «КПІ»*

ЕКЗОГЕННІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

ЭКЗОГЕННЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

EXOGENOUS FACTORS INFLUENCING STRATEGIC GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC ENTERPRISES

В межах статті проведено аналіз екзогенних факторів впливу на імперативи розвитку вітчизняних промислових підприємства в умовах розповсюдження процесів глобалізації. Виділено три основних групи чинників, що впливають на стратегію розвитку вітчизняного товаровиробника, а саме: розвиток сучасної інноваційної економіки, що базується на знаннях; посилення інформаційного впливу на виробництво; кластерно-мережевий характер організації та управління виробництвом. На основі аналізу означених факторів, визначена необхідність пошуку нових методів адаптації, що відбуваються під впливом двох основних факторів: фактору часу та фактору розширення простору. Підкреслено, що підвищення оперативності дій (фактор часу) потребує нового підходу щодо пошуку нових методів управління виробництвом, а бажання отримання в високих позицій у певній галузі на всіх типах ринків вимагає від товаровиробників розширення ринків збуту (фактор розширення простору). Зазначено, що поштовхом для активізації діяльності підприємства на світовому ринку має стати кластерно-мережевий принцип організації підприємств, який відображає зв'язок між елементами внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Ключові слова: екзогенні фактори, стратегія, імперативи розвитку, інноваційна економіка, інформаційний вплив, кластерно-мережевий характер організації.

В рамках статті проведено аналіз екзогенних факторів впливу на імперативи розвитку вітчизняних промислових підприємств в умовах розповсюдження процесів глобалізації. Виділено три основних групи факторів, впливаючих на стратегію розвитку вітчизняного товаровиробника, а саме: розвиток сучасної інноваційної економіки, що базується на знаннях; посилення інформаційного впливу на виробництво; кластерно-мережевий характер організації та управління виробництвом. На основі аналізу означених факторів, визначена необхідність пошуку нових методів адаптації, що відбуваються під впливом двох основних факторів: фактору часу та фактору розширення простору. Підкреслено, що підвищення оперативності дій (фактор часу) потребує нового підходу щодо пошуку нових методів управління виробництвом, а бажання отримання в високих позицій у певній галузі на всіх типах ринків вимагає від товаровиробників розширення ринків збуту (фактор розширення простору). Зазначено, що поштовхом для активізації діяльності підприємства на світовому ринку має стати кластерно-мережевий принцип організації підприємств, який відображає зв'язок між елементами внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

организации и управления производством. На основе анализа указанных факторов, определена необходимость поиска новых методов адаптации, которые происходят под влиянием двух основных факторов: фактора времени и фактора расширения пространства. Подчеркнуто, что повышение оперативности действий (фактор времени) требует нового подхода к поиску новых методов управления производством, а желание получения высоких позиций в определенной отрасли на всех типах рынков требует от товаропроизводителей расширение рынков сбыта (фактор расширения пространства). Указано, что толчком для активизации деятельности предприятия на мировом рынке должно стать кластерно-сетевой принцип организации предприятий, который отражает связь между элементами внутренней и внешней среды предприятия.

Ключевые слова: экзогенные факторы, стратегия, императивы развития, инновационная экономика, информационное воздействие, кластерно-сетевой характер организации.

In article the analysis of exogenous factors influencing the development imperatives of domestic industrial enterprises in the conditions of globalization. Three main groups of factors influencing the development strategy of domestic producers, namely: the development of modern innovative economy based on knowledge; strengthening information impact on production; cluster-network nature of the organization and production management. Based on the analysis of these factors, identified a need for new methods of adaptation that occur under the influence of two main factors: the time factor and the expansion of space. Emphasized that improving the efficiency of actions (time factor) requires a new approach to the search for new methods of production management, and the desire to get high rankings in a particular industry in all types of markets requires producers expanding markets (factor expansion of space). Indicates that the impetus for the revitalization of the enterprises on the world market should be cluster-network principle of organization of enterprises, which represents the relationship between the elements of internal and external environment of the enterprise.

Keywords: exogenous factors, strategy, development imperatives, innovative economy, informational influence, cluster-network nature of the organization

Вступ. Сьогоднішні тенденції позиціонування підприємств на всіх типах ринків пов'язані з розповсюдженням нових знань, які є основою для розвитку інформаційних та комунікаційних технологій, технологічних та нетехнологічних новацій тощо.

З одного боку, перетворення знань у конкурентні переваги позитивно впливає на збільшення продуктивності праці та прибутків підприємств. А з іншого, надає можливості для впровадження інновацій, що підвищують конкурентоспроможність продукції та сприяють становленню лідерських позицій вітчизняних товаровиробників на всіх типах ринків. Іншими словами, одним з домінуючих чинників формування стратегічних орієнтирів вітчизняних підприємств стає прискорений розвиток економіки, основою якої стають знання.

Підкреслимо, що у науковій літературі не існує єдиної думки щодо визначення сучасної економіки. Сьогодні можна виділити декілька підходів щодо ознаки даного феномену в залежності від того, які властивості економічних систем, їх підсистем та окремих елементів розглядається найбільш глибоко.

В економічному просторі широкого опанування набули концепції постіндустріального суспільства (Д. Белл, Е. Гідденс, В. Іноземцев, А. Турен, Е. Тоффлер), інформаційної економіки (Ф. Махлуп, М. Порат, Т. Стоуньєр), мережевої економіки (М. Кастельс, К. Келлі), інноваційної економіки (Й. Шумпетер), неоекономіки (О. Бузгалін, У. Демінг, А. Колганов), економіки знань (П. Друкер, Г. Клейнер, В. Макаров) [1, 2, 4, 5, 7], кожна з яких акцентує увагу на певному факторі впливу на стратегічні орієнтири будь-якого економічного агента в умовах конкуренції та глобалізації ринків. Однак у наявних наукових роботах і дослідженнях недостатньо приділено увагу комплексному аналізу зовнішніх факторів впливу на імперативи розвитку вітчизняних товаровиробників, серед яких ключовими виступають: розвиток сучасної інноваційної економіки, що базується на знаннях; посилення інформаційного впливу на виробництво; кластерно-мережевий характер організації та управління виробництвом.

Постановка завдання. Метою статті є комплексний аналіз екзогенних факторів впливу на стратегічні орієнтири розвитку вітчизняних підприємств в умовах глобалізації ринків. Задля чого розглянемо три основних групи чинників, що впливають на стратегію розвитку вітчизняного товаровиробника, а саме: розвиток сучасної інноваційної економіки, що базується на знаннях; посилення інформаційного впливу на виробництво; кластерно-мережевий характер організації та управління виробництвом.

Методологія. В основу дослідження покладено системний підхід та загальнонаукові методи наукового пізнання процесів формування стратегії розвитку вітчизняних промислових підприємства в умовах розповсюдження глобалізації.

Результати дослідження. Сьогодні існує декілька підходів щодо визначення сучасної економіки. Так, концепція постіндустріального суспільства визначає послідовність етапів соціально-економічного розвитку, за рахунок зміни яких відбувається нарощування обсягів конкурентоспроможної промислової продукції. Згідно з означеною теорією, економіка проходить три послідовних стадії розквіту економіки, кожна з яких висуває певні вимоги щодо стратегії розвитку національних товаровиробників [1]:

1) Сировинна економіка, що ґрунтується не на застосуванні інтелектуального потенціалу підприємства, а на природній ренті, що отримується внаслідок експорту природних ресурсів (сировини). Основною ознакою такої економіки є низький рівень розвитку людського капіталу, який передбачає науково-технічну відсталість підприємств та їх залежність у системі світового господарства [1]. За умов розвитку сировинної економіки, лідерами ринку стають підприємства добувної галузі. Зазначимо, що з позиції зовнішньоекономічної стратифікаційної системи, означеним підприємствам притаманна вертикальна підпорядкованість лідерам обробної промисловості у світовому розподілі праці.

2) Індустріальна економіка, що базується на підвищенні продуктивності праці за рахунок збільшення капіталовкладень у засоби виробництва реального сектору економіки. Основою всіх відносин (як виробничих, так і невиробничих) стає приватна власність на капітал, яка визначається К.Марксом як «само-зростаюча вартість» [2, с 588], що передбачає наявність високо розвинутої фінансово-кредитної і грошової систем; панування машинного виробництва на основі механізації та реорганізації виробництва; розвиток людського капіталу. Джерелом лідерства підприємств на ринку починає виступати збільшення обсягів виробництва за рахунок економії матеріальних витрат. Домінуючими критеріями становлення лідерства підприємств на ринку стає застосування трьох соціально-економічних законів - закону підвищення потреб; зміни праці та комерціалізація закону економії часу виробництва. Причинами вживання яких стають:

- механізація виробництва (перехід від ручної праці до машинного виробництва);
- підвищення ролі людського капіталу, як інтенсивного фактору розвитку підприємства;
- трансформація інститутів освіти та перетворення науки в продуктивну силу;
- зміни економічних та організаційно-технологічних умов господарювання;
- поява підприємців, здатних до ризику шляхом застосування накопичених знань;
- збільшення обсягів інтелектуальної продукції, що сприяють переходу від одного технологічного укладу до іншого;
- розвиток освіти, науки та підприємницьких здібностей, які стають основою для впровадження інновацій на підприємствах.

У сукупності, означені чинники надають можливості для підвищення продуктивності праці та сприяють формуванню високопрофесійного людського капіталу підприємства. Іншими словами, розвиток корпоративного людського капіталу стає домінуючим критерієм формування генеральної стратегії розвитку підприємства на ринку.

Постіндустріальна економіка, що характеризується наявністю творчого креативно-налаштованого економічного прошарку – економічної еліти, яка забезпечує виробництво інформацією, науковими знаннями та наукомісткими технологіями. Внаслідок структурної перебудови ринку, відбувається розвиток тих галузей промисловості, що користуються великим попитом на всіх типах ринків; відбувається санація недієздатних економічних агентів та створюються умови для розвитку наукоємних високотехнологічних підприємств.

За умов становлення постіндустріальної економіки, технічним базисом для формування стратегічних орієнтирів розвитку підприємства стає широке застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та автоматизованих систем управління (АСУ). В якості джерела технологічних та нетехнологічних інновацій починають виступати накопичені знання, а домінуючою власністю стає не стільки приватна, скільки корпоративна та інституціональна власність на засоби виробництва. Значно скорочується і часовий проміжок життєвого виробничого циклу оновлення продукції: з моменту появи творчої креативної ідеї до її практичного застосування і впровадження у виробництво. З метою організації інноваційної діяльності, на підприємствах створюються науково-дослідні відділи; відбувається зміна організаційних форм виробничого управління (від великих бюрократичних структур до невеликих ієрархічних спілок).

Отже, епіцентр стратегічного орієнтиру діяльності товаровиробників на національному та світовому ринках поступово переміщується з сфери економії витрат окремого товаровиробника в економію суспільних витрат за рахунок підвищення ефективності управління інтегрованими виробничими системами. Іншими словами, перехід до постіндустріального типу розвитку обумовлений змінами, що відбуваються як у соціально-культурній, так і техніко-технологічній сферах, які здійснюють синергетичний вплив на стратегічні орієнтири та перспективи розвитку товаровиробників за рахунок [3]:

- 1) сфери економіки, де відбувається перехід до наукоємного та нематеріального виробництва;
- 2) сфери зайнятості, що характеризується домінуванням класу спеціалістів та техніків, які є основою для формування інтелектуально-креативної еліти;
- 3) «осьового принципу», згідно з яким джерелом інновацій є теоретичні знання. Відповідно, наука стає безпосередньою виробничою силою, а наукова діяльність – провідною сферою діяльності. Результатом перетворення науки в безпосередню виробничу силу стає збільшення питомої ваги знань у виготовлених товарах, що призводить до зниження ресурсоємності виробництва; підвищення конкурентоспроможності продукції та отримання високого рангу у економічній стратифікаційній системі.
- 4) майбутньої орієнтації, що базується на технічних та технологічних видах діяльності;
- 5) створенні нових «інтелектуальних технологій».

Ще одним з чинників, що впливає на стратегічні орієнтири та перспективи розвитку національного товаровиробника є інформаційний тиск на виробництво, що обумовлений наступними факторами:

По-перше, інформація, поряд із знаннями стає економічним фактором виробництва [4, с.180; 5, с. 3-4]: Це відбувається за рахунок того, що:

- будь яка інформація, незважаючи на її властивість безмежно розповсюджуватись – є унікальною для кожного окремого економічного агента;
- цінність інформації обумовлена її необхідністю для кожного окремого підприємства, що на відміну від інших факторів виробництва – є суб'єктивною характеристикою;
- інформація може не тільки використовуватись у необмеженій кількості відтворювальних циклів в процесі виробництва та має довгостроковий характер, а й здатна до самозростання;
- інформація, як і будь-який виробничий ресурс є об'єктом власності;
- інформація стає доступною широкому колу з моменту її відтворення;
- засвоєння інформації одним економічним агентом не передбачає її відчуження від іншого;
- вартість інформації з часом зменшується;
- незважаючи на те, що вартість переносу інформації значно вище за витрати тиражування, інформація не має властивості безмежного самозростання;
- витрати на відтворення з кожним новим етапом технічного прогресу прагнуть до нуля.

По-друге, зростає кількість спеціалістів, які займаються ІКТ та виробництвом інформаційних продуктів і послуг, що збільшує частку інформаційних продуктів та послуг у виготовленому товарі. Внаслідок появи інформаційних мереж створюється єдиний інформаційний простір, що задовольняє потреби в інформаційних продуктах та послугах. За рахунок автоматизації виробництва посилюється взаємозв'язок науки з виробничими процесами. В результаті відбувається формування ринку інформації, базою якого стає використання інформаційних важелів для прийняття економічних рішень та способів впливу на економічних контрагентів. Як наслідок, створюється глобальний інформаційний простір, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, доступ до світових інформаційних ресурсів та задоволення потреб в інформаційних продуктах і послугах.

Отже, перетворення інформації в найважливіший ресурс розвитку сучасної економіки, усвідомлення інформації як товару та як інструмента влади, безперервне зростання обсягів інформації – обумовлюють необхідність застосування нових інформаційних технологій, що сприяють процесам трансформації економічних агентів у світові лідери.

В якості прикладу можна привести американську транснаціональну нафтову компанію Exxon Mobil corporation (NYSE:XOM). Ця компанія за рахунок модернізації та впровадження нових комп'ютерних технологій, що використовуються для адаптації обсягів виробництва на нафтових заводах та розкладу рейсів танкерів до змін попиту на світовому ринку, змогла значно збільшити свої ринкові позиції за останні десять років. Сьогодні, компанія займає другу сходинку у рейтингу британської газети Financial Times (FT500). Її капіталізація, незважаючи на кризу, вже другий рік поспіль залишається незмінною і становить 403,7 млрд. доларів [6].

Таким чином, розвиток ІКТ призводить до необхідності адаптації суб'єктів господарської діяльності до динамічних змін у інформаційному середовищі, що формується під впливом двох

протилежно спрямованих тенденцій: з одного боку, економічні агенти прагнуть до створення інформаційних бар'єрів задля забезпечення комерційної безпеки та конкурентних переваг. А з іншого, підприємства прагнуть до інтеграції за рахунок розширення доступу до інформаційних ресурсів з метою підвищення свого рейтингу на всіх типах ринків. У сукупності означені чинники сприяють створенню інформаційно-мережевої інфраструктури, за рахунок якої забезпечується ефективна праця товаровиробників, оптимізуються виробничі процеси через використання віртуального простору, збільшуються прибутки та підвищується статус підприємств на ринку.

Підкреслимо, що роль інформації у стратегічному розвитку високотехнологічних підприємств добре простежується у теорії «інформаційної глобалізації» (більш відомої як «теорії золотого мільярда»), причинами появи якої стали [7, с.37-45]

- тісний зв'язок між науковими та технічними розробками у ХХ столітті, внаслідок чого виробництво стало більш динамічним;
- впровадження ІКТ в усі сфери життя;
- поява нових інформаційно-комунікаційних мереж надала можливості кожному суб'єкту господарської діяльності для доступу до інформаційних ресурсів, що сприяє об'єднанню знань;
- інформація та знання за рахунок швидкого зростання стали джерелом появи нових робочих місць;
- розвиток ІКТ надав можливості для появи гнучких мережевих типів організації підприємств, що мають можливість для швидкого впровадження інноваційних рішень.

Як результат, виникає новий феномен організації бізнесу та нова парадигма в контексті розвитку теорії фірм – мережеві підприємства, які у західних дослідженнях отримали назву «підприємства з модульною структурою», або «динамічні мережеві підприємства», що здатні до генерації нових знань та швидких змін цілей під впливом технологічних та культурних змін.

На відміну від традиційної організації бізнесу, в основі якого лежить значні обсяги фізичного капіталу, а досягнення лідерських позицій на ринку відбувається за рахунок удосконалення ланцюга «постачальник - споживач», мережеве підприємство має відносно невеликий капітал, але володіє торговою маркою (брендом). В цьому випадку, зовнішні структури утворюють мережу навколо таких підприємств та надають йому різні послуги (як то: обробка інформації, облік, підбір персоналу тощо).

Перехід до модульної структури, на підприємствах призводить до появи вільних ресурсів, що спрямовуються на розробку брендів, залучення споживачів, логістику та інші процеси, що забезпечують лідерство підприємства в галузі. Отже, базою розвитку мережевих підприємств стає господарська діяльність, що базується на використанні Інтернет технологій та підвищенні ролі між фірмовою кооперації.

У загальному вигляді, мережа являє собою відкриту структуру з безмежною кількістю вузлів, що підтримують комунікаційні коди означеної мережі. Основою для розвитку модульної структури підприємства є певний набір самостійних мережевих агентів (виробничих, транспортних, консалтингових, дистрибуторських тощо), які є, або були партнерами та діють в межах цієї мережі з метою створення загального ланцюга цінності. Мережева форма організації виробничого процесу має можливість до швидких змін в товарах та послугах за рахунок безпосередньої близькості партнерів до кінцевих споживачів. Крім того, будь-які нововведення, що здійснюють партнери промислової мережі, сприяють розвитку адаптаційних процесів та надають можливості для безперервної освіти всередині усієї мережі. Це призводить до накопичення ноу-хау, що стосуються як виробничих, так і організаційних процесів роботи мереж як всередині окремого підприємства, так і в межах усієї мережі та знаходить своє відображення в комбінації операційних, інвестиційних та адаптаційних процесів створення нової вартості.

В основу організації модульної структури підприємства покладено [8]:

- наявність загальної мети, що досягається за рахунок мережевої взаємодії партнерів та забезпечує стійкість такого партнерства;
- незалежність партнерів, які мають можливість для реалізації власних задач та отримують додаткову вигоду від інтеграційних процесів взаємодії;
- взаємозалежність учасників мережі;
- множинність лідерів (еліти), які дозволяють забезпечити стійкість і еластичність мережі за рахунок унікальності знань кожного з партнерів;
- багаторівневість інтегрованих рівнів модульної системи, що надає можливості безпосередньої взаємодії з будь-яким партнером цієї мережі.

Найкращим прикладом модульної організації виробництва є австралійська фірма - TCG Group (Technical and Computer Graphics Group), яка за рахунок створення мережевої форми організації бізнесу не тільки стала найбільшим приватним бізнесом комп'ютерних послуг в Австралії, а й

моделлю самоврядних організацій. Основним організаційним досягненням означеної компанії є здатність до інновацій, що надає можливість для отримання нових знань в результаті будь-якого комерційного проекту. Підприємства, що входять до складу TCG Group являють собою, так названу «кліткову структуру», кожне з яких може існувати самостійно, але за рахунок взаємодії з іншими підприємствами, отримує синергетичний ефект від накопичення знань, що передбачають загальні операційні та адаптаційні процеси, які забезпечують зв'язки між зовнішніми та внутрішніми партнерами. За умов організації модульної структури, зовнішні партнери забезпечують фінансовими та технічними ресурсами, необхідними для здійснення проекту, а внутрішні - надають інформацію, за рахунок якої розподіляються знання всередині організації.

В Україні, прикладом створення мережевої організації виробництва виступають кластери, що об'єднують ресурси та ключові компетенції різних організацій, що входять до їх складу. Зазвичай виділяють три види мережевої організації бізнесу:

1) Внутрішні мережі, що передбачають роботу окремих підрозділів, засновану на ринкових принципах. Де кожний підрозділ має можливість отримувати додаткові замовлення ззовні.

2) Стабільні мережі, активи яких належать декільком спеціалізованим фірмам, що є або постачальниками ресурсів, або дистриб'юторами продукції. В якості прикладу стабільних мереж виступають галузі, що потребують значних капітальних інвестицій, як то: машинобудування, металургія та хімічна промисловість.

3) Динамічні мережі, що створюються для одноразового або короткострокового проекту з мінімальними витратами та втратами часу (як то: легка промисловість, біотехнології, комп'ютерний бізнес).

Основними перевагами модульної організації бізнесу стають:

- необмежена кількість учасників бізнесу (мінімальна кількість – три);
- економія витрат на переміщення за рахунок створення гнучких форм співробітництва;
- колективне формування інформаційних ресурсів;
- зниження витрат на внутрішню інформаційну середовище;
- внутрішня координація роботи, що забезпечує творчу взаємодію.

Підкреслимо, що в умовах постійних змін, які відбуваються у сучасній економіці, виробнича та комерційна діяльність підприємств все більше ускладнюється. Це вимагає від менеджерів пошуку нових методів адаптації, що відбуваються під впливом двох основних факторів: **фактору часу та фактору розширення простору**. Підвищення оперативності дій (фактор часу) потребує нового підходу щодо пошуку нових методів управління виробництвом, а бажання отримання в високих позицій у певній галузі на всіх типах ринків вимагає від товаровиробників розширення ринків збуту (фактор розширення простору).

Якщо в індустріальну епоху, основними способами координації діяльності підприємства було вертикальне управління (ієрархія), то в сучасний період становлення постіндустріального суспільства все більшого розповсюдження набуває гібридний варіант – кластерно-мережевий принцип організації підприємств, який відображає зв'язок між елементами внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Зазвичай, кластер, розглядається як група географічно взаємопов'язаних підприємств та організацій, які діють у певній галузі. Це певний різновид мереж, в основі організації яких лежать п'ять основних умов, що отримали назву – «Концепція «5-І»»: ініціатива; інформація, інвестиції, інтеграція та інтерес [9, с. 258-269]. В основі модульного принципу організації кластеру лежить спосіб регулювання взаємозалежності учасників єдиного технологічного процесу для сумісної реалізації підприємницьких проектів, що заснований на ефективному використанні ресурсів. Основними характеристиками таких мереж виступають: єдина ціль, чіткість внутрішньої структури, високий ступінь взаємозв'язку між структурними елементами та зовнішнім середовищем.

Формування кластерно-мережевих організацій відбувається під впливом двох основних факторів, що умовно визначають як кластероутворюючі та кластеропідтримуючі фактори. До кластероутворюючих факторів належать:

- концентрація, як синергія основних умов для забезпечення лідерства;
- комунікація, що дозволяє здійснювати регулярний обмін інформацією між учасниками кластерної мережі;
- конкуренція, яка за рахунок об'єднання підприємств у кластери, є стимулом для підвищення якості продукції та розширення ринків збуту.

В основі кластеропідтримуючих факторів лежать:

- спеціалізація, яка за рахунок уніфікації виробництва призводить до підвищення якості продукції і збільшення її конкурентоспроможності;

- співробітництво, що передбачає спільні зусилля підприємств в процесі конкурентної боротьби;
- синергія, що передбачає системний (емерджентний) ефект від спеціалізації та співробітництва.

Результатом кластерно-мережевої системи організації виробництва стає синергетичний ефект взаємодії об'єднаного економічного агента по зрівнянню з окремими суб'єктами господарювання. Цей ефект досягається за рахунок зниження транзакційних витрат, зменшення внутрішніх та зовнішніх ризиків, підвищення конкурентоспроможності та інноваційності продукції, і як наслідок покращення економічного статусу такого економічного агента у глобальному економічному просторі.

Світовий досвід доводить, що в основі діяльності світових підприємств-лідерів сьогодні лежить саме кластерно-мережевий принцип організації виробництва. Про це свідчить розвиток світових високотехнологічних комплексів, що спирається на модульну організацію інноваційного типу.

Так, згідно з даними Міжнародного центру наукової та технічної інформації за 2013 рік найбільша кількість кластерів спостерігається у США (380), Італії (206) та Великобританії (168) [10]. За рахунок розвитку деревообробних кластерів та кластерів, що функціонують на телекомунікаційному ринку, Фінляндія забезпечує 10% світового експорту деревообробної продукції, 25% - паперу та 40% мобільних телефонів. На основі кластерно-мережевої організації функціонують:

- у Швейцарії - кластери, що працюють у галузі електронних технологій, зв'язку та інформації, машинобудування та електроніки;
- у Фінляндії - кластери, що працюють у галузі електронних технологій, зв'язку та інформації, комунікації та транспорту, будівництві, легкій промисловості та лісогосподарському комплексі;
- у Німеччині - хімічні кластери, біотехнологічні та машинобудівні промислові кластери;
- у Франції кластери харчової промисловості, фармацевтичні та косметичні.

Результатами такої кластеризації стають:

1. збільшення обсягів продажу на всіх типах ринків (локальному та міжнародному);
2. надання можливості підприємствам розширити виробничий потенціал на існуючих та нових ринках;
3. збільшення прямих іноземних інвестицій;
4. залучення нових форм співпраці з іноземними партнерами, що базуються на використанні інтелектуально-креативного потенціалу.

У сукупності все це призводить до максимізації прибутків підприємств в умовах мінімізації витрат та надає їм можливість отримати статус лідера як на національному, так і на світовому ринках.

З метою розвитку кластерно-мережевої організації бізнесу, урядами європейських держав створено різні цільові програми. Так, наприклад в Німеччині, для розвитку сфери біотехнологій, урядом створено низку цільових програм, таких як Bio Regio (створення «біорегіонів»), Bio Profile (медичні біотехнології), Bio Chance PLUS (інновації в біотехнологіях), «KMU – innovative: Biotechnologie – Bio Chance» (для малого і середнього бізнесу), «GO – BIO» (по створенню нової продукції для світових ринків). В основу кластерної політики Фінляндії, покладено програму створення експертних центрів (OSKE), що спеціалізуються на розвитку високотехнологічного виробництва, а саме: біотехнологій; цифрового бізнесу; енергетики; інтелектуальних технологій; нанотехнологій тощо.

Щодо України, зазначимо, що сьогодні, питанням формування кластерно-мережевої організації виробництва приділяється багато уваги. На сьогодні в Україні створено правове поле для створення кластерно-мережевих моделей. Зокрема, ця сфера Програмою діяльності Кабінету Міністрів України «Український прорив: для людей, а не політиків»; «Державною програмою активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки»; Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28 серпня 2013 р. року «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014-2024 роки» тощо.

З метою формування модульної структури організації бізнесу, у вересні 2008 року була розроблена «Концепція створення кластерів», що надала можливість для створення низки кластерів, що демонструють ефективність своєї роботи як на національному, так і на світовому ринках [11], як то: інноваційний кластер «Впровадження», що діє у у Рівненській області; «Інноваційно-технологічний кластер малого та середнього машинобудівного бізнесу» у Запорізькій області, інноваційний технологічний кластер «Транспортне машинобудування та технології перевезень» у Дніпропетровську; Мелітопільський машинобудівний кластер «АгроБУМ»; інноваційно-інвестиційний кластер у м. Тернопіль; національний інноваційний кластер «Нові технології природокористування» на Донеччині; національні інноваційні кластери «Енергетика сталого розвитку» та «Технології інноваційного суспільства» у м. Києві (Політехніка) тощо.

Висновки. Результати проведеного дослідження надають можливість зробити наступні висновки: реалізація нової парадигми розвитку сучасних підприємств обумовлює потребу визна-

чення впливу екзогенних зовнішніх факторів на стратегію діяльності вітчизняних підприємств. Отже, у результаті теоретичного узагальнення були виявлені пріоритетні фактори, що здійснюють найбільший вплив на формування стратегії розвитку вітчизняного промислового підприємства, серед яких особливої уваги потребують: розвиток сучасної інноваційної економіки, що базується на знаннях; посилення інформаційного впливу на виробництво; кластерно-мережевий характер організації та управління виробництвом.

На основі аналізу екзогенних факторів впливу на стратегію розвитку вітчизняних підприємств визначено, що сьогодні найбільш перспективними з точки зору отримання високих позицій у світових рейтингах мають підприємства, що застосовують кластерно-мережевий принцип організації виробництва. Набуло подальшого розвитку еволюційна концепція формування імперативів розвитку підприємств шляхом урахування фактору часу та фактору розширення простору, що надають можливість для швидкої адаптації до умов, що постійно змінюються.

Отже перспективою подальшого дослідження у визначеному напрямку повинно стати поглиблене дослідження пріоритетних напрямів та перспектив розвитку вітчизняних промислових підприємств.

Література:

1. Белл Д. Социальные рамки информационного общества [Текст] / Д. Белл. – М.: Экономика, 2004. – 308 с.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. [Текст] / Д. Белл. Перевод В.П. Иноземцева. М.: Academia. 1999, 949 с.
3. Шевчук О.А. Еліта як домінанта розвитку людського капіталу: Монографія МОН України, НТУУ «КПІ» [Текст] / О.А. Шевчук / – К. ТОВ «Інтерсервіс»: 2012. – 249 с.
4. Иноземцев В. Парадоксы постиндустриальной экономики (инвестирование, производительность и хозяйственный рост в 90-е годы) [Текст] / В. Иноземцев // Мировая экономика и международные отношения: 2000 – №3 – С. 3-11.
5. Смирнов А.И. Информационная глобализация и Россия: вызовы и возможности. [Текст] / А.И.Смирнов — М.: Издательский дом «Парад», 2005.,—392 с.
6. Miles R., Snow C., Fit, Failure, and the Hall of Fame: How Companies Succeed or Fail. / R. Miles, C. Snow / Free press, 1994 p. 218
7. Иноземцев В. За пределами экономического общества: Постиндустр. теории и постэкон. тенденции в соврем. мире [Текст] / В. Л. Иноземцев. — М.: Academia : Наука, 1998. — 639 с.
8. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник [Текст] / А.Н. Асаул– СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336с.
9. Войнаренко М.П. Кластеры в інституційній економіці : монографія / [Текст] /М.П. Войнаренко. – Хмельницький : ХНУ, ТОВ «Тріада-М», 2011. – 502 с. 85 УДК 338.242
10. Инновационно-технологические кластеры стран – членов МЦНТИ (Информационный материал) [Электронный Ресурс] /Международный центр научной и технической информации – февраль 2013, Режим доступа: <http://www.icsti.su/uploaded/201304/cluster.pdf>
11. Пріоритети інвестиційної політики в контексті модернізації економіки України. Аналітична доповідь. [Електронний Ресурс] / За редакцією к. е. н., с. н. с., заслуженого економіста України Я. А. Жаліла / Національний інститут стратегічних досліджень, К.:, 2013 Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Invest_polit.indd-c9ae5.pdf

References:

1. Bell D. Sotsialnyie ramki informatsionnogo obschestva [Tekst] / D. Bell. – М.: Ekonomika, 2004. – 308 s.
2. Bell D. Gryadushee postindustrialnoe obschestvo: Opyit sotsialnogo prognozirovaniya. [Tekst] / D. Bell. Per-evod V.P. Inozemtseva. М.: Academia. 1999, 949 s.
3. Shevchuk O.A. Elita yak domlnanta rozvitku lyudskogo kapltalu: Monografliya MON UkraYini, NTUU «KPI» [Tekst] / O.A. Shevchuk / – K. TOV «Interservls»: 2012. – 249 s.
4. Inozemtsev V. Paradoksyi postindustrialnoy ekonomiki (investirovanie, proizvoditelnost i hozyaystvennyiy rost v 90-e godyi) [Tekst] / V. Inozemtsev // Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyie otnosheniya: 2000 – #3 – S. 3-11.
5. Smirnov A.I. Informatsionnaya globalizatsiya i Rossiya: vyizovy i vozmozhnosti. [Tekst] / A.I.Smirnov — М.: Izdatelskiy dom «Parad», 2005.,—392 s.
6. Miles R., Snow C., Fit, Failure, and the Hall of Fame: How Companies Succeed or Fail. / R. Miles, C. Snow / Free press, 1994 p. 218 p.
7. Inozemtsev V. Za predelami ekonomicheskogo obschestva: Postindustr. teorii i postekon. tendentsii v sovrem. mire [Tekst] / V. L. Inozemtsev. — М.: Academia : Nauka, 1998. — 639 s.
8. Asaul A.N. Organizatsiya predprinimatelskoy deyatel'nosti: ucheb'nik [Tekst] / A.N. Asaul– SPb.: ANO IPEV, 2009. 336s.
9. Voynarenko M.P. Klasteri v Institut'slynlly ekonomitsl : monografliya / [Tekst] /M.P. Voynarenko. – Hmel'nitskiy : HNU, TOV «Trlada-M», 2011. – 502 s. 85 UDK 338.242

10. Innovatsionno-tehnologicheskie klasteriy stran – chlenov MTsNTI (Informatsionnyiy material) [Elektronnyiy Resurs] /Mezhdunarodnyiy tsestr nauchnoy i tehicheskoy informatsii – fevral 2013, Rezhim dostupa: <http://www.icsti.su/uploaded/201304/cluster.pdf>

11. Prioriteti Investitslynoyi polittiki v kontekstl modernlzatsiyi ekonomiki UkraYini. Analltichna dopovld. [Elektronnyiy Resurs] / Za redaktsiyu k. e. n., s. n. s., zasluhenogo ekonomlsta UkraYini Ya. A. Zhallla / Natslionalniy Institut strategichnih dosltdzhen , K., 2013 Rezhim dostupa : http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Invest_polit.indd-c9ae5.pdf

УДК 330.322.2/.54:658:621.22:621.039:621.365

Яресько Р. С.

Національний технічний інститут України «КПІ»

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ВПЛИВ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ У РОЗРІЗІ ВИДІВ ЕЛЕКТРОГЕНЕРАЦІЇ

СИНЕРГЕТИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА В РАЗРЕЗЕ ВИДОВ ЭЛЕКТРОГЕНЕРАЦИИ

SYNERGETIC IMPACT OF RISKS OF INVESTMENT PROJECTS IN POWER GENERATION BY THE TYPES

У статті акцентується увага на важливості проведення оцінювання синергетичного впливу ризиків інвестиційного проекту для різних видів підприємств електрогенерації під час здійснення якісного аналізу. Проаналізовано науково-методичні підходи щодо взаємозв'язку ризиків. Аргументовано, що вплив ризику на певний проект залежить від характеристик, які властиві конкретному напрямку діяльності підприємства. Продемонстровано розподіл ризиків інвестиційного проекту, які за своїми характеристиками показують належність до окремого виду електрогенерації. Визначено, що один той самий вид ризику інвестиційного проекту має різний набір характеристик в залежності від виду підприємства електроенергетики. На основі методу експертної оцінки проаналізовано синергетичний взаємовплив ризиків інвестиційного проекту окремо для підприємств атомної, теплової та гідравлічної електроенергетики. Встановлено, що серед ідентифікованих ризиків найбільший вплив на інші види має політичний ризик.

Ключові слова: підприємства електроенергетики, види електрогенерації, електростанції, інвестиційний проект, ризик-менеджмент, ризик, якісний аналіз, синергетичний вплив.

В статье акцентируется внимание на важности проведения оценки синергетического влияния рисков инвестиционного проекта для различных видов предприятий электрогенерации при осуществлении качественного анализа. Проанализированы научно-методические подходы к взаимосвязи рисков. Аргументировано, что влияние риска на определенный проект зависит от характеристик, которые присущи конкретному направлению деятельности предприятия. Продемонстрировано распределение рисков инвестиционного проекта, которые по своим характеристикам показывают принадлежность к отдельному виду электрогенерации. Определено, что один и тот же вид риска инвестиционного проекта имеет разный набор характеристик в зависимости от вида предприятия электроэнергетики. На основе метода экспертной оценки проанализированы синергетический взаимовлияние рисков инвестиционного проекта отдельно для предприятий атомной, тепловой и гидравлической электроэнергетики. Установлено, что среди идентифицированных рисков наибольшее влияние на другие виды имеет политический риск.

Ключевые слова: предприятия электроэнергетики, виды электрогенерации, электростанции, инвестиционный проект, риск-менеджмент, риск, качественный анализ, синергетическое воздействие.

The article focuses on the importance of evaluating the synergistic impact of project risks for different types of power generation companies in the course of qualitative analysis. Scientific and methodological approaches to the relationship risks are analysed. Argued that the impact of risk on a project depends on the characteristics that are inherent in a specific direction of the company. Demonstrated risk-sharing investment project, whose characteristics show affiliation to a particular type of power generation. It was determined that one of the same type of risk investment project has a different set of characteristics depending on the type of the power industry. On the basis of peer review analyses the synergistic interplay of project risks separately for the nuclear, thermal and hydraulic power. Established that among the identified risks greatest impact on other species is political risk.

Keywords: electric power companies, power plants, investment project, risk management, risk synergistic influence.

Вступ. Підприємства електроенергетики як стратегічні об'єкти економіки України потребують першочергової уваги в питаннях підвищення безпеки та поліпшення їх виробничо-комерційної і господарської діяльності. Тому виникає потреба у розробці відповідних цільових інвестиційних програм і проектів з технічного переозброєння, модернізації та реконструкції енергетичних потужностей, що базуються на засадах і принципах ризик-менеджменту. Адже процес реалізації інвестиційного проекту супроводжується низкою ризиків, що потребують досконального дослідження, аналізу, оцінки і управління. Таким чином, інвестиційний проект (ІП) повинен бути не лише економічно обґрунтованим з точки зору доцільності, але й з точки зору його прийняттого рівня ризикованості.

Теоретичні аспекти управління ризиками в електроенергетиці досліджували такі вітчизняні і зарубіжні науковці як В. О. Бараннік, С. В. Войтко, І. І. Гусева, Н. М. Денисова, Ю. В. Дронова, А. І. Замілко, В. О. Зубакін, Н. В. Караєва, А. С. Калесніченко, С. А. Мехович, А. О. Савицька, Л. В. Сорочкіна та ін. У розробці теоретичних і методичних засад управління ризиками інвестиційної діяльності на прикладі енергетичних підприємств значний внесок зробили: Г. В. Крамарев, О. А. Крючков, І. М. Манаєнко, Н. А. Пронін, П. В. Нотовський та ін. Однак у наявних наукових роботах і дослідженнях недостатньо приділено уваги характеристикам ризиків та їх взаємозв'язку між собою у відповідності до специфіки виду електроенергії.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне та науково-методичне обґрунтування аналізу взаємозв'язку й взаємовпливу різних видів ризиків ІП на основі їх характеристик в залежності від виду виробництва електроенергії (теплова, атомна, гідравлічна). Відповідно до поставленої мети було визначено та вирішено такі завдання: проаналізовано науково-методичні підходи щодо здійснення якісного аналізу ризиків; обґрунтовано необхідність проведення якісного аналізу не лише у виявленні ймовірності виникнення ризиків і їх впливу на ІП, але в дослідженні взаємозв'язку уже ідентифікованих ризиків; продемонстровано властивість різних видів ризиків, а саме їх характеристик, підприємствам різного виду електрогенерації (атомна, гідравлічна, теплова); на основі експертної оцінки виявлено синергетичний вплив ризиків.

Методологія. У ході проведення дослідження за обраною тематикою були використані такі теоретичні та емпіричні методи наукового пізнання як порівняння – для співставлення ризиків інвестиційних проектів на підприємствах з різного виду виробництва електроенергії; абстрагування – для виокремлення груп ризиків, які співвідносяться з об'єктом дослідження (інвестиційний проект), а не з суб'єктом (підприємство електроенергетики), аналіз і синтез – для дослідження наукових робіт вчених за даної тематики та виявлення в них недоліків; системний підхід – для визначення характеристик ризиків, які властиві певному направленню діяльності підприємства; експертний підхід – для визначення синергетичного впливу ризиків на різних підприємствах з виробництва електроенергії.

Результати дослідження. У роботі [1, с. 500] нами була уточнена процедура ідентифікації ризиків, яка базується на діалектичному взаємозв'язку причин, ризикоутворюючих факторів та ризикових ситуацій. Вихідним компонентом є результат реалізації ризику для об'єкту дослідження (у нашому випадку це ІП), який в подальшому узгоджується із конкретним видом ризику. На основі цього у статті [2] була здійснена ідентифікація ризиків ІП. Однак подальше дослідження ідентифікованих ризиків потребує детального аналізу. Аналіз ризику – це процес, який полягає в обробці даних уже виявлених (ідентифікованих) ризиків для визначення їх впливу на проект та розробки подальших засобів й інструментів їх управління.

Опрацьовуючи наукові роботи вчених з напряму дослідження не було виявлено єдиного науково-методичного підходу щодо аналізу ризиків ІП. Проте переважна більшість науковців дотримується загально визначених методів аналізу ризиків таких як якісний та кількісний аналіз. Першочерговим у проведенні є якісний аналіз, а його результати є вихідними даними для кількісного аналізу (оцінки ризиків).

На основі розглянутих наукових праць, нами було визначено, що думки вчених розділилися щодо мети та доцільності здійснення якісного аналізу ризиків. Такі науковці як С. В. Войтко, Л. В. Сорокіна, Е. О. Човушян і М. А. Сідоров вважають, що якісний аналіз полягає у виявленні окремих джерел небезпеки та оцінки їх потенційного впливу на можливі фінансові й фізичні втрати ІП [3, с. с. 106; 4, с. 20]. Н. В. Караєва, І. І. Гусева, В. О. Бараннік, А. О. Савицька, В. В. Черкасов стверджують, що якісний аналіз має на меті визначити чинники, області й види ризиків [5, с. 116; 6, с. 254]. А такі вчені як П. В. Нотовський та К. С. Радченко формулюють якісний аналіз ризиків як такий, що визначає ступінь ймовірності виникнення ризиків, їх рівня втрат і впливу на ІП у разі виникнення [7, с. 6; 8, с. 285].

На наш погляд, розгляд якісного аналізу ризиків як визначення причин, факторів і видів ризиків не є обґрунтованим, адже виконання таких задач відноситься до процесу ідентифікації ризиків, як окремого етапу ризик-менеджменту. Щодо підходу до якісного аналізу, який визначає ймовірність виникнення ризиків і їхнього впливу на ІП в разі настання, то такий підхід є традиційним в аналізі ризиків ІП, але він не показує взаємозв'язку між конкретними ризиками, тобто у випадку настання одного ризику чи виникає ряд інших.

У ряді робіт вітчизняних та зарубіжних вчених можна зустріти аналіз взаємозв'язку ризиків. Так наприклад, П. В. Нотовський у своїй роботі [7, с. 5] пропонує здійснювати аналіз за допомогою впроваджені комплексної класифікації факторів ризиків інвестицій підприємств електроенергетики за двома напрямками: 1. за напрямом взаємодії з показниками ефективності (будівельно-операційний, торговельно-комерційний, альтернативно-часовий, технологічно-часовий); 2. за соціально кваліфікаційними ознаками (політичний, економічний, соціальний, технічний). Тобто за першим напрямом науковцем розглядається попарний взаємозв'язок ризиків, а за другим окремо кожен вид ризику. Поза увагою лишається вплив кожного ризику на інший вид ризику.

Ознайомившись з науковою роботою Ю. В. Дронової [9, с. 10], можна відзначити, що автор досліджує взаємозв'язок ризиків, проте розглядаючи ризики на мікро- та макрорівнях, при чому робота присвячена дослідженню безпосередньо ризиків мікрорівня, це зумовлено тим, що на цьому рівні ризики підлягають управлінню. Аналіз взаємозв'язку ризиків ґрунтується на теорії невизначеності інформації, тобто серед визначених Ю. В. Дроновою ризиків (технологічний, виробничий, економічний, комерційний, ресурсний) виділено один ризик – ресурсний, який через високу ступінь невизначеності інформації впливає на всі інші види ризиків.

Таким чином, проаналізувавши ряд наукових робіт, на нашу думку якісний аналіз повинен полагати не лише у виявленні ймовірності виникнення ризиків і їх впливу на ІП, але в дослідженні взаємозв'язку уже ідентифікованих ризиків, а саме їх впливу один на одного на основі їх характеристик, що стане вихідною інформацією для кількісного аналізу ризиків ІП. Для обґрунтованості нашого підходу пропонуємо розглянути якісний аналіз на основі оцінювання синергетичного взаємозв'язку ризиків ІП, в розрізі видів електрогенерації.

Як уже зазначалося вище, у роботі [2] було здійснено ідентифікацію ризиків ІП, безпосередньо в атомній енергетиці, де ризики було розділено на три ключові групи та описано для кожного виду ризику його передумови виникнення, ризикоутворюючі фактори і ризикові ситуації. До I групи ризиків, які є потенційними джерелами аварійного стану на електростанції нами було віднесено: проектний; будівельно-монтажний; техніко-технологічний; кадровий; політичний. До II групи ризиків, які є джерелами фінансових збитків ЕС відносяться: інформаційний; операційний; фінансовий; ринковий; валютний. III група ризиків, які є джерелами збитків завданих 3-тм особам включає: екологічний; радіаційний; соціальний.

Також окремо від цих груп доцільно виокремити ризик стихійних явищ, тобто події, що спричиненні внаслідок природної стихії та можуть призвести одночасно до аварійної ситуації, фінансових збитків і екологічної катастрофи, до них відносяться: аномальне явище, смерч, буря, вихор, шторм, зливові дощі, повінь, град, блискавка, льодохід, надходження підґрунтових вод, зсув, переміщення й осідання ґрунту, землетрус, обвал, схід лавин тощо [10, с. 5].

Однак в ході дослідження виробничо-комерційної та господарської діяльності підприємств тепло- і гідро електроенергетики відмічена закономірність, що ризики першої та другої груп в основному є спільними для АЕС, ТЕС і ГЕС, а відмінність в класифікації видів ризиків третьої групи залежить від виду електрогенерації. Таким чином, визначено, що вплив ризику на реалізацію ІП залежить не лише від його виду, але й від характеристик, які властиві певному направленню діяльності підприємства. Наглядно продемонструємо розподіл ризиків ІП, які за своїми характеристиками демонструють належність окремому виду підприємства електрогенерації (табл. 1).

Розподіл видів ризиків ІП за характеристиками у відповідності до виду підприємства електрогенерації

Вид ризику	Характеристика	АЕС	ТЕС	ГЕС
<i>I група ризиків, які є потенційними джерелами аварійного стану на електростанції</i>				
Проектний	допущення помилок при проектуванні й розробці окремих комплектуючих, елементів та систем управління енергоблоку (ЕБ) чи гідроагрегату (ГА)	+	+	+
Будівельно-монтажний	аварії спричиненні дією вогню (пожежа, удар блискавки, вибух, збитки понесені під час поширення диму, виділення сажі, корозійного газу, а також гасіння пожежі)	+	+	+
Техніко-технологічний	фізичний та моральний знос основних засобів	+	+	+
Кадровий	неефективна система управління персоналом	+	+	+
Політичний	терористичні акти, революційні події, воєнні конфлікти, політичні заворушення, громадянська війна, зміна влади та режиму правління всередині країни	+	+	+
<i>II група ризиків, які є джерелами фінансових збитків ЕС</i>				
Інформаційний	недостатність чи неповнота інформації про район розміщення й майданчиків під забудову для інженерів-розробників та проектувальників	+	+	+
Операційний	простої в роботі ЕБ чи ГА (порушення графіку роботи)	+	+	+
Ринковий	закупівля палива й необхідного обладнання, устаткування, машин і програмного забезпечення для ЕС (зміна цін й умов при закупівлі палива необхідного для виробництва електроенергії)	+	+	+
Фінансовий	порушення строків чи взагалі припинення фінансування ІП	+	+	+
Валютний	девальвація / ревальвація національної валюти	+	+	+
<i>III група ризиків, які є джерелами збитків завданих 3-тім особам</i>				
Екологічні	техногенне-радіоактивне забруднення ґрунтового покриву	+	-	-
	теплове забруднення та зміни клімату	-	+	-
	перекриття русла рік гідровузлами, створення підпору і змінення річкових стоків	-	-	+
Радіаційний	порушення контролю і управління ланцюжкової реакції ділення в активній зоні реакторної установки	+	-	-
Соціальний	негативні зміни в стані здоров'я та підвищення захворюваності у місцевого населення;	+	+	-
	нехтування соціальною відповідальністю ЕС та зниження рівня безпеки життєдіяльності населення в зоні спостереження;	+	+	+
	втрата майна населення (будинки, присадибні ділянки, ін. будівлі на території власника) чи його пошкодження внаслідок аварія на ЕС (аварія на АЕС – зараження території в 50-км зоні, аварія на ГЕС – затоплення територій, що знаходяться нижче гідровузлів), переселення населення в інші місця з зони відчуження чи зони затоплення	+	-	+

Таблиця подається у скороченому варіанті

З таблиці 1 видно, що, наприклад, такий вид ризику як екологічний властивий для ІП як на АЕС, так і ТЕС і ГЕС, проте лише аналіз його характеристик показує, які саме події потрібно врахувати під час реалізації ІП на кожному окремому підприємстві. А такий вид ризику як радіаційний властивий лише ІП в атомній енергетиці. Аналіз характеристик надає можливість не лише визначити належність до окремого виду підприємства електрогенерації, але й встановити взаємозв'язок між видами ризиків.

Для того, щоб проаналізувати синергетичний вплив ризиків ІП підприємств електроенергетики, нами було використано один із методів якісного аналізу – це метод експертних оцінок. Так за результатами опитування кожного експерта була побудована матриця синергетичного впливу ризиків ІП окремо для АЕС (табл. 2), ТЕС і ГЕС. Кожному обраному експерту було подано перелік ризиків з їх характеристиками, на основі чого експерту необхідно було поставити у відповідну комірку де пересікаються різні види ризиків або 0 – не має впливу, або 1 – має вплив. В кінці навпроти кожного виду ризику виводиться підсумкова оцінка, відповідно чим вища оцінка, тим більший вплив має ризик на інші види.

Таблиця 2

Матриця синергетичного впливу ризиків ІП для АЕС на основі експертної оцінки

	Проектний	Будівельно-монтажний	Інформаційний	Кадровий	Політичний	Техніко-технологічний	Ринковий	Валютний	Операційний	Фінансовий	Радіаційний	Соціальний	Екологічний	Стихійне явище	Підсумкова оцінка
Проектний	-	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	5
Будівельно-монтажний	0	-	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	7
Інформаційний	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	10
Кадровий	1	1	1	-	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	9
Політичний	1	1	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12
Техніко-технологічний	0	0	0	1	0	-	0	0	1	1	1	1	1	0	6
Ринковий	0	1	0	0	0	1	-	1	1	1	0	0	0	0	5
Валютний	0	1	0	0	0	1	1	-	1	1	0	0	0	0	5
Операційний	0	1	0	1	1	1	1	1	-	1	1	1	1	0	10
Фінансовий	1	1	1	1	0	1	1	1	1	-	0	0	0	0	8
Радіаційний	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	-	1	1	0	7
Соціальний	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	-	0	0	5
Екологічний	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	-	0	7
Стихійне явище	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	-	8

Для узагальнення результатів нами було побудована порівняльна діаграма синергетичного впливу ризиків ІП для АЕС, ТЕС і ГЕС (рисунок). З рисунку випливає, що найбільший вплив на інші види ризиків має політичний ризик – 12 балів для АЕС та 11 балів для ТЕС і ГЕС, також для ГЕС на рівні з політичним є інформаційний ризик. Експертами було відмічено, що сьогоденна ситуація в країні є яскравим прикладом виникнення політичного ризику, а також його вплив на інші. Так наприклад внаслідок політичного ризику (воєнні конфлікти на сході країни), призвело до операційного (порушення плану виробництва електроенергії), ринкового (проблеми із закупівлею палива для виробництва електроенергії), фінансового (недотримання прибутку підприємствами електроенергетики) та до ряду інших видів ризику.

Другими за величиною впливу для АЕС і ТЕС є інформаційний по 10 балів, операційний 10 балів (АЕС) та 9 балів (ТЕС і ГЕС), фінансовий – 9 балів (ТЕС і ГЕС) і 8 балів (АЕС) та кадровий – 9 балів за вагомністю для всіх ЕС, всі інші мають менший вплив, найнижчий вплив на всі інші види ризиків мають соціальний і проектний ризики.

Таким чином, синергетичний взаємозв'язок між різними видами ризиків показує, що виникнення одного ризику призводить до інших. А тому під час розробки заходів з управління ризиками ІП доцільно розглядати й оцінювати не окремо кожен ризик, а у сукупності з іншими, що у свою чер-

гу надасть можливість вчасно реагувати на найменші прояви одного ризику і мінімізувати відсоток ймовірності настання інших з ним взаємопов'язаних ризиків.

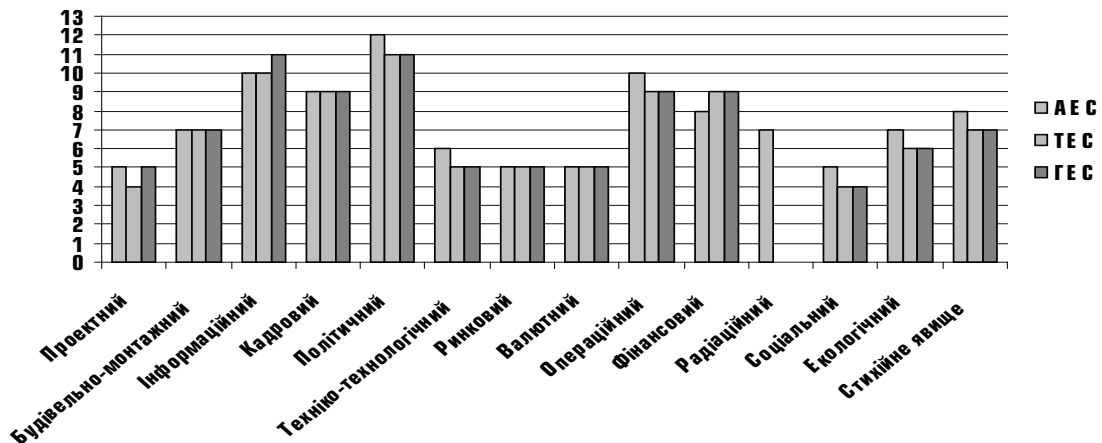


Рисунок. Синергетичний вплив ідентифікованих ризиків ІП для електростанцій

Висновки. Отже, як було зазначено вище успішна реалізація інвестиційного проекту з технічного переозброєння, модернізації й реконструкції енергетичних потужностей на електростанціях залежить від низки ризиків, які були розглянуті у статті. Наукова новизна отриманих результатів полягає в удосконаленні процесу якісного аналізу ризиків інвестиційних проектів на підприємствах електроенергетики, що на відміну від відомих методичних і практичних підходів базується на синергетичному взаємовпливі ризиків на основі їх характеристик в залежності від певного виду виробництва електроенергії. Результати якісного аналізу є вхідною інформацією для кількісного аналізу (оцінки ризиків), що є подальшим напрямом наукових досліджень.

Практичне значення дослідження полягає у формуванні науково-методичних підходів до аналізу ризиків інвестиційних проектів на підприємствах електроенергетики з метою оптимізації управлінських рішень.

Література:

1. Охріменко О. О. Ідентифікація ризиків інвестиційних проектів промислових підприємств / О. О. Охріменко, Р. С. Ярьсько / Економічний вісник НТУУ «КПІ», 2014 (11). – С. 495-501.
2. Ярьсько Р. С. Ризикологічні аспекти інвестиційного проекту у сфері атомної енергетики / Р. С. Ярьсько // Бізнес Інформ. – 2014. – № 6. – С. 73–79.
3. Караєва Н. В. Ризик-менеджмент сталого розвитку енергетики: інформаційна підтримка прийняття рішень : навчальний посібник / Н. В. Караєва, С. В. Войтко, Л. В. Сорокіна. — К. : Альфа Реклама, 2013. — 308 с.
4. Човушян Э. О. Управление риском и устойчивое развитие / Э. О. Човушян, М. А. Сидоров. – М. : Издательство РЭА им. Г. В. Плеханова, 1999. – 528 с.
5. Ризик-менеджмент суб'єктів енергетичного ринку як складова механізму забезпечення енергетичної безпеки : монографія / Н. В. Караєва, І. І. Гусєва, В. О. Бараннік, А. О. Савицька. – К. : Софія-А, 2012. – 256 с.
6. Черкасов В. В. Проблемы риска в управленческой деятельности : 2-е издание, переработанное и дополненное / В. В. Черкасов. – М. : «Релф-бук» ; К. : «Ваклер», 2002. – 317 с.
7. Нотовський П. В. Формування стратегій оцінювання ризику інвестицій на підприємствах електроенергетики : автореф. дис. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Павло Валентинович Нотовський. – Харків, 2013. – 23 с.
8. Радченко К. С. Качественный анализ рисков при проектном финансировании / К. С. Радченко // Молодой ученый. – 2013. – №4. – С. 285-287.
9. Дронова Ю. В. Модели оценки производственной деятельности энергетических предприятий : автореф. дис. 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: промышленность) / Дронова Юлия Владимировна. – Новосибирск, 2005. – 24 с.
10. Правила добровільного страхування майна від вогневих ризиків та ризиків стихійних явищ / ЗАТ «Страхова компанія «Українська страхова група». – К., 2009. – 15 с.

МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ

УДК 339.137.2

Артеменко Л. П.

канд. економ. наук, доцент

Піддубна А.С.

Національний технічний університет України «КПІ»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF COMPETITIVENESS INDUSTRIAL ENTERPRISES

Стаття присвячена визначенню особливостей розробки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, охарактеризовано головні підсистеми управління. Визначено основні принципи оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, які забезпечують ефективне управління підприємством та теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. Проведено оцінювання складових організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства та обґрунтовано основні пропозиції щодо прогнозування підвищення конкурентоспроможності на основі впровадженого механізму. Визначено, що організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства пов'язаний з розробкою та ефективним функціонуванням підсистем управління. Запропоновано науково-методичні рекомендації щодо вибору і реалізації конкретних організаційних, економічних та техніко-технологічних заходів, які створюють передумови забезпечення реальних конкурентних переваг підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, управління конкурентоспроможністю; принципи оцінки

Статья включает в себя определение особенностей разработки организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия, охарактеризованы подсистемы управления. Определены основные принципы оценки организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия, которые обеспечат эффективное управление предприятием и теоретические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия. Проведена оценка составляющих организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия и обоснованы основные предложения по прогнозированию повышения конкурентоспособности на основе внедренного механизма. Определено, что организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятия связан с разработкой и эффективным функционированием подсистем управления. Предложены научно-методические рекомендации по выбору и реализации конкретных организационных, экономических и технико-технологических мероприятий, которые создают предпосылки обеспечения реальных конкурентных преимуществ предприятия в условиях нестабильной внешней среды.

Ключевые слова: организационно-экономический механизм, управление конкурентоспособностью, принципы оценки

The article includes defining features of organizational development-economic competitiveness of enterprise management mechanism, described management subsystem. The basic principles of assessing organizational - economic mechanism of the competitiveness of enterprises and ensure effective management and theoretical aspects of management of enterprise's competitiveness. Estimation of the components of the organizational and economic mechanism of the enterprise's competitiveness and proved the main proposals for improving the competitiveness of forecasting based embedded mechanism. It was determined that organizational- economic mechanism of competitive enterprises associated with the development and effective operation of management subsystems. Proposed scientific guidance on the choice and implementation of specific organizational, economic, technical and technological measures to create conditions to ensure real competitive advantage in an uncertain external environment.

Key words: *organizational-economic mechanism, management of competitiveness, principles of assessment*

Вступ. Конкурентне середовище ставить нові вимоги до розробки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, ефективність функціонування якого повинна забезпечуватися як під впливом удосконалення організації виробництва, праці та управління, так і спроможністю його пристосування до сучасних умов господарювання. Динамічні зміни середовища стимулює підприємство виробляти конкурентоспроможну продукцію для забезпечення ефективного функціонування. Механізм управління конкурентоспроможністю дозволяє вирішувати проблеми забезпечення високого рівня конкурентоспроможності посилення конкурентних переваг підприємства. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема розробки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю промислового підприємства.

На сьогоднішній день питаннями сутності та розробки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства вивчалися багатьма вітчизняними та закордонними авторами, серед яких: О. І. Волков, В. К. Скляренко [4], О. С. Коцюба [5], О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, А. А. Садеков, В. В. Цурик [7], М. П. Денисенко [6], С. А. Жданов [3]. Серед останніх наукових досліджень, присвячених проблемам оцінки та підвищення конкурентоспроможності підприємств, можна виділити праці Н.П. Тарнавської, О.Є. Кузьміна, М.І. Долішнього, І.П. Тулеева, Л.В. Гриніва. Водночас багато питань розробки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю залишаються невирішеними, що зумовлює необхідність пошуку сучасних шляхів забезпечення конкурентоспроможності з урахуванням особливостей промислових підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є розробка організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. Стаття присвячена розв'язанню наступних задач:

- розкрити сутність організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства;
 - охарактеризувати принципи оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства;
 - розробити організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства.
- **Методологія.** У роботі використані наступні методи дослідження: системного аналізу, синтезу (для виявлення теоретико-методичних і прикладних проблем формування механізму управління), комплексний метод оцінки конкурентоспроможності продукції.

Результати дослідження. Організаційно-економічний механізм управління промисловим підприємством – це сукупність організаційних і економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на економічні і організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому [8]. Механізм управління містить у собі компоненти: принципи і задачі управління, методи, форми і інструменти управління, організаційну структуру управління підприємством та його персонал, інформацію та засоби її обробки.

В структурі організаційно-економічного механізму виділяють три системи: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему. Цільова система організаційно-економічного механізму містить цілі та основні результати діяльності підприємства, а також критерії вибору і оцінки

досягнення певних цілей і результатів діяльності підприємства. Зміст кожної з систем і кількість підсистем в кожній з систем організаційно-економічного механізму управління підприємством залежить від типу підприємства, сфери, масштабів діяльності, ступеня впливу зовнішнього середовища і результатів діяльності підприємства.

Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства пов'язаний з розробкою та ефективним функціональних підсистем управління:

1. управління маркетинговою діяльністю. Спочатку необхідно удосконалити наявну структуру маркетингового відділу, особливу увагу також варто приділити процесу вивчення ринку, дослідженню перспективних напрямів ведення збутової діяльності, а також дослідженню питання рівня конкурентоспроможності продукції, що виготовляється підприємством.

2. управління якістю. Одна з найважливіших складових компонентів організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Якість товарів і послуг, може забезпечити фірмі значні конкурентні переваги на цільових ринках. Відсутність же науково обґрунтованих стратегій управління якістю продукції підприємства може позбавити його, з одного боку, вже завойованих конкурентних позицій на ринках, а з іншого - зробити неможливим ефективне ведення конкурентної боротьби на нових ринках, оскільки якість продукції, як відомо, є одним з головних конкурентних переваг товару;

3. управління виробничою діяльністю. Одна з важливих підсистем, під час розробки та функціонування якої необхідно у першу чергу звернути увагу на технічний рівень виробництва, який у свою чергу визначається станом технології та техніки. Для більшості виробничих підприємств актуальною є проблема технічного оновлення, а також удосконалення методів та технології виробництва продукції, що в першу чергу пов'язано з необхідністю економії виробничих ресурсів та поліпшення рівня якості продукції, що випускається;

4. управління фінансовою діяльністю. Даний процес в свою чергу відображає уміння правильного розпорядження результатами діяльності, а також оптимізацію руху фінансових потоків, що забезпечує виконання життєво важливих для підприємства функцій;

5. управління персоналом підприємства. Саме від цієї підсистеми залежить і рівень продуктивності праці робітників, і якість робіт, що виконуються, і, як результат, ефективність роботи підприємства. Тому ефективний менеджмент персоналу забезпечує успішне функціонування підприємства як цілісної системи.

Під організаційно-економічним механізмом управління конкурентоспроможністю підприємства розуміють сукупність засобів та методів створення системи цілісного управління розвитком підприємства та результатами його діяльності, направленою на довгострокове забезпечення його конкурентних позицій на ринку [9]. Основними принципами оцінки організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства є: загальносистемні, що зображено на рис. 1:

– комплексність – результати дослідження конкурентоспроможності підприємства повинні сполучати і оцінку ефективності процесу його адаптації до змінних умов функціонування, і ступінь реалізації стратегічного потенціалу, і конкурентні позиції підприємства відносно одного або декількох конкурентів, що розглядаються як база порівняння;



Рис. 1. Принципи оцінки конкурентоспроможності підприємства Джерело [1,2]

– системність – основою для оцінки рівня конкурентоспроможності і розробки відповідних рекомендацій можуть виступати лише результати системного аналізу впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з урахуванням між факторних взаємозв'язків;

– об'єктивність – результати дослідження та оцінки конкурентоспроможності підприємства повинні базуватися на повній та достовірній інформації про зовнішні та внутрішні умови його

функціонування і відобразити реальні конкурентні позиції суб'єкта господарювання;

– динамічність – основним завданням дослідження конкурентоспроможності є не статична оцінка фактичних конкурентних позицій підприємства на конкретний момент часу, а прогнозування їх змін та розробка на цій основі ефективних управлінських рішень;

– безперервність – процес дослідження та оцінки конкурентоспроможності та змін її рівня має носити безперервний характер (шляхом створення системи моніторингу ринку, чинників конкурентоспроможності, конкурентних позицій), оскільки дискретні оцінки не завжди дають можливість своєчасно зафіксувати стрибкоподібні зміни чинників конкурентоспроможності, оцінити можливі тенденції динаміки конкурентних позицій підприємства та своєчасно прийняти та реалізувати відповідні управлінські рішення;

– оптимальність – у відповідності з цим принципом об'єктом дослідження є не лише сам рівень конкурентоспроможності, але і ступінь ефективності його досягнення, тому конче необхідною є комплексна оцінка шляхів досягнення певних конкурентних позицій з урахуванням як прямих витрат, пов'язаних з реалізацією заходів по регулюванню конкретного чинника, так і потенційних витрат на розвиток та підтримку конкурентної переваги в майбутньому.

Модель і структуру основних програмно-цілевих блоків організаційно-економічного механізму розробили О.Є. Кузьмін, М.І. Долішній, І.П. Тулеев та здійснили науково-методичні рекомендації та практичні рішення щодо вибору і реалізації конкретних організаційних, економічних та техніко-технологічних заходів для кожного з них, які сукупно створюють реальні передумови забезпечення конкурентних переваг підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища і динамічних змін кон'юнктури ринку індустріальної техніки [10, с. 116]. На основі розглянутих вище елементів був розроблений організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства, принципова блок-схема якого відображена на рис. 2.



Рис. 2. Структура організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю промислового підприємства

Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства включає керуючу систему, цілі і задачі управління. При цьому, залежно від ситуації, цілями підприємства може бути підтримка конкурентоспроможності на зазначеному рівні, підвищення конкурентоспроможності, або її відновлення. Він являє собою специфічну багатофункціональну та багатокомпонентну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, схильних до впливу зовнішніх і внутрішніх факторів і утворюють певну цілісність. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства включає функції управління, реалізація яких здатна забезпечити досягнення поставлених перед керуючою системою цілей.

Після розробки організаційно-економічного механізму необхідно провести оцінку конкурентоспроможності підприємства комплексним методом. Він передбачає оцінювання ваги впливу кожної властивості на загальний рівень якості. Подані групи факторів впливають на конкурентоспроможність продукції. Серед них є ті, що мають ефект бажаний і небажаний. Оцінка факторів конкурентоспроможності продукції ПАТ «Легко» та основних конкурентів наведено в таблиці. Шкала оцінювання кожного з факторів конкурентоспроможності складає від 1 до 5 балів.

Таблиця

Характеристики факторів конкурентоспроможності напівфабрикатів ТМ «Легко» та основних конкурентів

Код	Найменування	ПАТ «Легко»	Бали	ТОВ «Три ведмеді»	Бали	ТМ «Дригало»	Бали
K ₁	Собівартість	75	5	65	4	71	3
K ₂	Ціна продукції	19000	4	18000	3	20000	5
K ₃	Середньорічний рівень заробітної плати (грн)	2130	3	2475	5	2200	4
K ₄	Ступінь охоплення ринку	25,6	5	22,4	3	23	4
K ₅	Наявність знижок	немає знижок	–	немає знижок	–	немає знижок	–
K ₆	Імідж товару	5	5	5	5	5	5
K ₇	Технічні фактори	5	5	5	5	5	5
K ₈	Якість продукції	5	5	4	4	4	4
K ₉	Сучасне устаткування	5	5	4	4	4	4
K ₁₀	Доставка замовнику	–	–	–	–	–	–
K ₁₁	Гарантування реклаमाції	4	4	4	4	4	4
K ₁₂	Комплексність процесу виробництва	4	4	4	4	4	4
Σ		–	45	–	41	–	42

Провівши оцінювання можна сказати, що кожна група факторів суттєво впливає на загальний результат якості. ПАТ «Легко» набрало найбільшу суму зважених показників конкурентоспроможності продукції порівняно з основними конкурентами. Тому, найбільший вплив мають фактори собівартості, якості та орієнтації діяльності підприємства на клієнта.

Отже, для вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю ПАТ «Легко» необхідно використовувати сучасні принципи менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності. Провідною метою кожного підприємства, що хоче досягнути оптимального рівня конкурентоспроможності, є управління конкурентоспроможністю на основі самоорганізації з розвиненням властивостей адаптивності та інноваційності.

Висновки. В процесі дослідження підприємств харчової промисловості було виявлено наступні проблеми забезпечення конкурентоспроможності: неякісний менеджмент, низька активність й ефективність інноваційної діяльності, недосконалість бізнес-процесів, недостатність практичного досвіду управління конкурентоспроможністю. Науковою новизною отриманих результатів є удосконалення науково-теоретичного обґрунтування та практичних підходів до розробки організаційно-

економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємствами в ринкових умовах, що, на відміну від існуючих, передбачає вирішення проблем забезпечення конкурентоспроможності з урахуванням особливостей промислових підприємств.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що розроблений механізм управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та досягти успіху в конкурентній боротьбі.

Перспективи подальших наукових розробок можуть бути спрямовані на розробку методики оцінювання організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства з метою досягнення його стійкого розвитку. Результати дослідження формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства можуть бути використані в діяльності підприємств, як план розвитку підвищення конкурентоспроможності підприємств та збільшення сегменту цільового ринку.

Література:

Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: Навчальний посібник/ Л.С. Кобиляцький – К.: Зовнішня торгівля, 2003. – 304с.

Лифиц І. М. Основи стандартизації, метрології, сертифікації: Учень / І.М. Лифиц – М.: Юрайт, 2009. – 399 с.

Жданов С. А. Механизмы экономического управления предприятием : учеб.пособие/ С. А. Жданов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 319 с.

Волков О. И. Экономика предприятия: курс лекций / О. И. Волков, В. К. Скляренко – М.: ИНФРА-М, 2003. – 280 с.

Грещак М. Г. Внутрішній економічний механізм підприємства : навч. посіб. / М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба; за ред. М. Г. Грещака – К. : КНЕУ, 2001. – 228 с.

Денисенко М. П. Економіка підприємства: пошук шляхів розвитку : посіб. / М. П. Денисенко – К. : МАУП, 2002. – 80 с.

Садеков А. А. Управление предприятием в условиях кризиса : моногр. / А. А. Садеков, В. В. Цурик – Донецк : ДонГУЭТ, 2006. – 178 с.

Паламарчук О. М. Сутність та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу:

http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_2/Palamarchuk.pdf.

Кривов'язюк І. В. Проблеми формування організаційно-економічного механізму системи управління конкурентоспроможністю підприємства: [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://mobile.pidruchniki.ws/1368051153556/ekonomika/problemi_formuvannya_organizatsiynoekonomichnogo_mehanizmu_sistemi_upravlinnya_konkurentospromozhnisty.

Кузьмін О. Є. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: монографія / О. Є. Кузьмін, М. І. Долішній, І. П. Булеев, В. Г. Шинкаренко та ін. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 248 с.

ЛАНДШАФТ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНАЛІЗУ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ЛАНДШАФТ КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

LANDSCAPE AS A TOOL FOR ANALYSIS BUSINESS PROCESS MANAGEMENT ENGINEERING ENTERPRISES

Досліджено науково-методичні підходи щодо проведення якісного аналізу бізнес-процесів управління на машинобудівному підприємстві. Виокремлено інструменти аналізу, що надали змогу дослідити проблеми бізнес-процесів. Виявлено дублювання функцій, паралельність та послідовність бізнес-процесів, що призводять до неефективного управління. Обґрунтовано зв'язок інструментів аналізу – матриці відповідальності та ландшафту бізнес-процесів. Виявлено особливості формування ландшафту бізнес-процесів системи менеджменту досліджуваних підприємств. Узагальнено переваги та недоліки представленого базового ландшафту машинобудівного підприємства «Укратомприлад». Запропоновано проектний ландшафт бізнес-процесів підприємства, що на відміну від наявних, ґрунтується на поєднанні ландшафту процесного підходу до управління стандарту менеджменту ISO ДСТУ 9001:2009 та карти бізнес-процесів верхнього рівня, що дозволяє проаналізувати бізнес-процеси та виявити їх взаємозв'язок з об'єктами управління у розрізі трьох основних блоків: управління, операційної діяльності та забезпечення операційної діяльності.

Ключові слова: бізнес-процеси управління, матриця відповідальності, апарат управління, ландшафт робочих процесів системи якості, процесний підхід до управління підприємством.

В научной статье исследуются научно-методические подходы относительно проведения анализа за бизнес-процессов управления на машиностроительном предприятии. Выделены инструменты анализа, которые позволили исследовать проблемы бизнес-процессов. Выявлено дублирование функций, параллельность и последовательность бизнес-процессов, приводящих к неэффективному управлению. Обоснованно связь инструментов анализа – матрицы ответственности и ландшафта бизнес-процессов. Выявлены особенности формирования ландшафта бизнес-процессов системы менеджмента исследуемых предприятий. Обзор преимуществ и недостатки представленного базового ландшафта машиностроительного предприятия «Укратомприбор». Предложено проектный ландшафт бизнес-процессов предприятия, в отличие от существующих, основывается на сочетании ландшафта процессного подхода к управлению стандарта менеджмента ISO и карты бизнес-процессов верхнего уровня, позволяющего проанализировать бизнес-процессы и выявить их взаимосвязь с объектами управления в разрезе трех основных блоков: управление, операционной деятельности и обеспечения операционной деятельности.

Ключевые слова: бизнес-процессы управления, матрица ответственности, аппарат управления, ландшафт рабочих процессов системы качества, процессный подход к управлению предприятием.

In the scientific article explores the scientific and methodological approaches for conducting qualitative analysis of business process management in engineering enterprises. Author determined analysis tools that made it possible to examine the problems of business processes. Revealed overlapping,

parallel and consistent business processes, leading to poor management. Grounded link analysis tools – responsibility matrix and landscape business processes. The features of the formation of the landscape business process management system sampled enterprises. Overview advantages and disadvantages of the present basic landscape engineering company «Ukratominstruments». A landscape design business processes that unlike the existing ones, based on a combination of process approach to landscape management standard ISO management and business process maps the upper level, allowing you to analyze business processes and identify their relationship with the objects of management in terms of three main parts: management, operations and maintenance.

Keywords: *business process management, responsibility assignment matrix, top management apparatus, workflow landscape quality system, process approach to business management.*

Вступ. Основними внутрішніми проблемами, з якими зіштовхуються машинобудівні підприємства в системі управління якістю виступають: неоптимальна організаційна структура, дублювання функцій та обов'язків посадових осіб, недосконала класифікація бізнес-процесів тощо. У зв'язку з цим виникає потреба у використанні такого інструментарію управління системи якістю як ландшафт та матриця відповідальності, які нададуть змогу виявити вище зазначені проблеми.

Отже, з метою підвищення ефективності управління бізнес-процесами та мінімізації внутрішніх проблем системи якості необхідно провести кардинальні перетворення та реінжиніринг машинобудівного підприємства.

Актуальність теми дослідження полягає в обґрунтуванні взаємозв'язку матриці та ландшафту для подальшого оцінювання результативності функціонування бізнес-процесів управління і бізнес-системи в цілому.

Плеяда вітчизняних і зарубіжних науковців здійснила значний внесок у дослідження організаційних засад і науково-методичних підходів до управління бізнес-процесами промислових підприємств. Витоки питання постали у роботах зарубіжних вчених: І. Демінга, В. В. Єлифьорова, В. М. Репіна, М. Хаммера, Д. Чампі, Д. Харрінгтона, М. Робсона та Ф. Уллаха, А. Шеєра. Система управління та положення щодо менеджменту якістю на машинобудівних підприємствах підіймаються такими вітчизняними вченими: О. А. Гавришом, Д. М. Стеченком, С. В. Войтком, О. О. Охріменко, О. В. Зозульовим, Т. Є. Моїсеєнко тощо. Сучасні напрацювання з питань управління проектами та складання матриці відповідальності розглядаються такими експертами з системи якості: Г. В. Костюком та Я. М. Деревенською [1], Л. П. Батенком, В. В. Ліщинською та О. А. Загородніх [2], І. І. Мазуром, В. Д. Шапіром та Н. Г. Ольдерогге [3], Г. М. Тарасюком [4]. Дослідження особливостей та формування ландшафтів бізнес-процесів системи якістю розглядалися такими науковцями: Е. П. Гаріною та А. П. Гаріним [5], В. П. Злобіним [6] та іншими.

Але, незважаючи на суттєвий вклад вчених у розвиток цього питання, недостатня увага приділялася інструментарію для аналізу бізнес-процесів на машинобудівних підприємствах як підґрунтя до запровадження реінжинірингу.

Постановка завдання. Метою дослідження є якісний аналіз інструментарію бізнес-процесів управління машинобудівних підприємств системи менеджменту якістю. Для вирішення даної мети планується розв'язати такі задачі: визначити інструментарій якісного аналізу бізнес-процесів апарату управління; дослідити особливості формування ландшафту бізнес-процесів системи якістю підприємств; обґрунтувати зв'язок інструментів аналізу – матриці відповідальності та ландшафту бізнес-процесів; виявити переваги та недоліки базового ландшафту машинобудівного підприємства «Укратомприлад»; запропонувати проектний ландшафт бізнес-процесів, що ґрунтується на засадах процесного підходу до управління ДСТУ ISO 9001:2009 вище зазначеного підприємства.

Методологія. Методологічною та теоретичною базою дослідження виступають досягнення зарубіжних і вітчизняних науковців. Для досягнення поставлених завдань використані загальнонаукові методи групування, систематизації, порівняння, синтезу, аналізу та узагальнення.

Результати дослідження. Задля аналізу бізнес-процесів управління машинобудівних підприємств необхідно здійснити моніторинг науково-методичних підходів та поширеної інструментальної бази у системі якості. Базою дослідження виступає не тільки фінансова та статистична звітність підприємства, але й звітність з системи управління якістю (настанова з менеджменту якості та процедури з менеджменту якості).

Для проведення якісного аналізу бізнес-процесів управління доцільно на основі суб'єктивних оцінок виявити проблеми, однією з яких є дублювання функцій посадових осіб, що спонукає до неефективного управління бізнес-процесами. Існує декілька науково-методичних підходів, що були розроблені послідовниками теорії управління і початківцями реінжинірингу бізнес-процесів,

такими як М. Хаммер, Д. Чампі, М. Робсон та Ф. Уллах, А. Шеєр та інші. У якості інструментів аналізу бізнес-процесів використовують SWOT-аналіз, матрицю BCG, матрицю відповідальності RAM, що включають графічне відображення дублювання функцій. SWOT-аналіз виявляє слабкі та сильні сторони, загрози та можливості проекту. Матриця BCG (Бостон консалтингової групи) інструмент, що виявляє класифікацію напрямів діяльності підприємства чи проекту (виробництва продуктів, надання послуг тощо) за критерієм потенційної прибутковості. Але для виявлення саме проблемності процесів і дублювання функцій управління бізнес-процесів доцільно використовувати такий інструмент як матриця відповідальності (RAM). Витоки матриці відповідальності RAM (Responsibility assignment matrix) беруть початок з теорії процесного управління та менеджменту якості міжнародного стандарту ISO ДСТУ 9001:2008. RAM – це матриця, яка побудована на основі WBS (ієрархічної структури проекту) та OBS (організаційної структури виконавців), що закріплює відповідальних осіб за конкретними видами робіт. У вітчизняній науковій літературі [1 – 4] зустрічаються такі трактування поняття: як графічне зображення виконавців проектних робіт або закріплення відповідальності членів проектної команди за виконання окремих функцій проекту. Тобто матриця відповідальності будується у вигляді таблиці, де рядки відображають певний вид робіт, функцій або процесів, а стовпчики відображають відповідальних осіб – виконавців цих робіт. Підприємства, що мають розгалужену організаційну структуру будують деталізовану матрицю, тим самим вводять не тільки відповідальних осіб, але і виконуючих, перевіряючих, консультуючих та затверджуючих процес осіб.

Отже, матриця відповідальності за процес – це матриця, що описує рольовий розподіл за операціями процесу між двома особами: власником процесу і його виконавцем. Власником процесу виступає особа, що контролює та несе відповідальність за бізнес-процес. На практиці, таким власником виступає або начальник відділу, або заступники директора чи головний директор залежно від важливості бізнес-процесу. Виконуючий процес – це особа, що безпосередньо виконує процес. На підприємстві, виконуючими особами виступають бухгалтер, метролог, менеджери відділів, залежно від процесу, заступники директора та начальники відділів стають виконуючими процес. Сукупність цих двох рольових розподілів надає змогу сформуванню матрицю, де представлені власник і виконавець процесу в розрізі двох операцій. Наведемо перелік основних зазначених бізнес-процесів та їх функцій, що представлені у наведеній матриці відповідальності апарату управління досліджуваного машинобудівного підприємства на прикладі Корпорації «Укратомприлад» (таблиця).

Для виявлення проблем управління бізнес-процесами доцільно проаналізувати дані з матриці відповідальності, яка була надана вище зазначеним підприємством. Враховуючи, що на машинобудівному підприємстві «Укратомприлад» функціонує 23 процеси, що розподілені серед 9 осіб, розраховуємо наступні коефіцієнти:

1. Коефіцієнт делегування обов'язків – це відношення кількості функцій відповідального за процес до кількості функцій виконуючого процес; нормативне значення 0,1:

$(K_{до}) = 84/105 = 0,8$ – перевищення даного показника на 0,7 разів, свідчить про виконання зайвих обов'язків таких посадових осіб як заступників директорів.

2. Коефіцієнт дублювання обов'язків відповідальності за бізнес-процес – є відношення кількості відповідальних осіб за процеси до кількості процесів; нормативне значення 1:

$(K_{дов}) = 84/23 = 3,65$ – перевищення даного показника у 3 рази, тобто функцій, які дублюються у переважній більшості бізнес-процесів.

Виходячи, з аналізу матриці відповідальності виявлено дублювання функціональних обов'язків.

3. Коефіцієнт дублювання бізнес-процесів, розраховується як відношення кількості дубльованих бізнес-процесів до їх загальної кількості:

$(K_{д}) = 16/23 = 0,69$ – значення даного показника, свідчить проте що третина (31%) бізнес-процесів дублюються.

4. Коефіцієнт паралельності бізнес-процесів, характеризує співвідношення кількості паралельних процесів до їх загальної кількості:

$(K_{пр.п}) = 10/23 = 0,43$ – значення даного показника свідчить про те, що на даному підприємстві більше спостерігається залежність, а ніж розірваність бізнес-процесів.

5. Коефіцієнт послідовності бізнес-процесів – це відношення кількості послідовних процесів до їх загальної кількості:

$(K_{пс.п}) = 13/23 = 0,56$ – значення даного показника, свідчить про послідовність основних бізнес-процесів, а саме операційної діяльності.

Таблиця

Матриця відповідальності за бізнес_процеси машинобудівного підприємства «Укратомприлад»

Посадові особи	Генеральний директор	Перший заступник генерального директора – представник вищого керівництва з системи якості	Фінансовий директор	Комерційний директор	Технічний директор	Директор центру менеджменту і маркетингу	Головний метролог	Головний бухгалтер	Інспектор з кадрів
Позначення бізнес-процесів									
42-01 Документація системи менеджменту;	Р	Р	Р	Р	Р	Р	У	Р	Р
42-02 Управління документами;									
42-03 Управління записами.									
56-01 Аналіз зі сторони вищого керівництва;	Р	Р	У	У	Р	У	У	У	У
85-01 Постійне вдосконалення.	Р	Р	Р	У	У	Р	У	У	У
72-01 Управління замовленням.	Р	Р	Р	У	У	Р	У	У	У
72-02 Взаємодія з клієнтом;									
82-01 Задоволеність клієнта.	Р	Р	У	У	У	Р	У	У	У
62-01 Навчання персоналу	Р	Р	У	У	У	Р	У	У	Р
74-01 Оцінка постачальника;	Р	Р	У	Р	У	У	У	У	У
74-02 Закупівлі;									
74-03 Перевірка закупленої продукції, послуг.									
75-01 Планування виробництва.	Р	Р	Р	У	Р	У	У	У	У
75-02 Введення виробничих процесів	Р	Р	У	У	Р	У	У	У	У
75-04 Ідентифікація та простежуваність.	Р	Р	У	У	У	У	У	У	У
82-04 Контроль у процесі виробництва	Р	Р	У	У	Р	У	У	У	У
82-05 Остаточний контроль.	Р	Р	Р	У	У	У	У	У	У
ПСМ-Е Спеціальні процеси з менеджменту навколишнього середовища.	Р	Р	У	У	У	Р	У	У	У
75-03 Технічне обслуговування обладнання	Р	Р	У	У	Р	У	У	У	У
76-01 Управління засобами виміральної техніки.	Р	Р	У	У	Р	У	Р	У	У
82-02 Внутрішні перевірки.	Р	У	У	У	Р	У	У	У	У
83-01 Управління невідповідною продукцією, послугами	Р	У	У	У	У	У	У	У	У
85-02 Коригувальні та запобіжні дії.									

де Р – відповідальний за процес; У – виконуючий процес.

Забезпечуючи операційну діяльність БП

Операційні БП

БП Управління

Розроблено автором за даними настанови з якості підприємства [13].

6. Коефіцієнт актуалізації – є співвідношення числа необхідних процесів до загального числа фактичних процесів:

$(Ka) = 16/23=0,69$ – значення даного показника ідентичне коефіцієнту дублювання функцій і свідчить про третину бізнес-процесів, що є неактуальними і можуть бути вилученими з дослідження. Кількість необхідних процесів визначено з матриці відповідальності, в якій деякі бізнес-процеси об'єднані у групи.

З аналізу матриці відповідальності, можемо зробити наступні висновки: по-перше, має місце дублювання функцій контролю та виконання у переважній більшості процесів, по-друге, виходячи з аналізу функцій у посадових інструкціях, контроль за процесами іноді здійснюється особами, що не мають відношення до них. Наприклад, фінансовому директору не доцільно відповідати за процес остаточного контролю у виробництві, а директору центру менеджменту та маркетингу не доцільно контролювати процес навколишнього середовища, тому що це не входить в його функціональні обов'язки. Головний метролог виконує процеси оцінки постачальника, закупівлі продукції, хоча це не зазначено в його посадовій інструкції тощо. Окрім, того наявні формулювання функціональних обов'язків апарату управління за переважною більшістю бізнес-процесів не відображають повноту та не мають чіткого відображення функціонування.

Також, на основі аналізу матриці відповідальності даного підприємства було вирішено класифікувати бізнес-процеси та розділити їх за групами: управління, операційної діяльності та забезпечення операційної діяльності. Такий розподіл надав змогу здійснити аналіз та ранжування бізнес-процесів за ступенем важливості на підприємстві. При чому ступінь важливості в даному випадку пояснює відношення бізнес-процесів до цих груп, що, у свою чергу, виступають основою підтримки та забезпечення операційної діяльності машинобудівного підприємства.

На основі проаналізованих бізнес-процесів виявлено проблему невпорядкованості або хаотичності функцій відповідальних за їх виконання. Тому доцільно розробити модель укрупнених бізнес-процесів та об'єднати їх у певні взаємодіючі блоки, що надасть змогу побудувати проектний ландшафт бізнес-процесів на нових засадах і відобразити функції контролю та виконання процесів без вище зазначених недоліків.

Тому, при прийнятті рішення щодо реінжинірингу бізнес-процесів, постає питання формування і декомпозиції процесів – інструментом оптимізації яких є ландшафт. Розглянемо особливості та підходи до формування ландшафтів бізнес-процесів. Формування ландшафту системи менеджменту забезпечує наочну інтерпретацію бізнес-процесів, їх класифікацію та взаємозв'язки між ними. У науковій літературі [5 – 12] ототожнюються поняття ландшафту бізнес-процесів з такими як карта бізнес-процесів верхнього рівня підприємства, діаграма SIPOC, діаграма технологічних процесів, діаграми створення цінностей, отже розглянемо їх трактування детальніше:

– карта бізнес-процесів верхнього рівня – це модель підприємства, що виділяє системно та укрупнено бізнес-процеси верхнього рівня, без їх деталізації та декомпозиції на функції;

– діаграма SIPOC – це діаграма, що заснована на підході до управління «Шість сигм» у цілях управління виробництвом і вдосконаленням бізнес-процесу в рамках бережливого виробництва, виокремлює бізнес-процес на певні блоки: зв'язки від замовника; вхід та вихід процесу; результат бізнес-процесу чи продукт; замовник – результат від процесу чи послуги;

– діаграма технологічних процесів – це діаграма детального моделювання бізнес-процесу для послідовних чи паралельних математичних розрахунків уніфікованою об'єктно-орієнтованою мовою моделювання UML, визначає автоматизовану предметну область бізнес-процесу, що підлягає перетворенню; надалі йде декомпозиція рівня інформаційної підтримки засобами uml-діаграм і впровадження змін в отриману логічну модель;

– діаграми створення цінностей – це діаграми, що описують два типи зв'язків бізнес-процесів верхнього рівня: зв'язок «попередник-послідовник» – зображується горизонтальними лініями; зв'язок «складається з» зображується вертикальними лініями, що відображають деталізацію процесу іншими підпроцесами. Тобто це послідовність операцій, що приближують властивості продукції необхідної для клієнта. Мета діаграм – це опис потоку цінностей для аналізу конкурентних переваг підприємства, загального погляду на структуру та функціональні взаємозв'язки. Ідея ланцюжка створення цінностей була запропонована М. Портером;

– ландшафт процесів – це основа системи менеджменту підприємства, який показує взаємодію процесу на вищому рівні, з «висоти генерального менеджменту підприємства», це вихідний етап створення або виділення комплексу бізнес-процесів. У ландшафті представлені процеси, що з одного боку приносять додану вартість для клієнта, а з іншого – надають змогу управляти виробничим процесом підприємства [12].

Ландшафт (вертикально-горизонтальні ланцюжки) процесів це вихідний етап створення та основи системи менеджменту якості (СМЯ), що показує взаємодію процесів на вищому рівні. У ландшафті представлені процеси, які з одного боку приносять користь і додану вартість для клієнта, а з іншого – надають змогу управляти виробництвом робіт для замовника, підтримувати та покращувати їх. Основне призначення процесного ландшафту – стандартизувати структуру та основні особливості взаємодії процесів підприємства.

У даному випадку, аналізуємо бізнес-процеси машинобудівного підприємства «Укратомприлад» за ландшафтом, що представлено в офіційних документах настанови з менеджменту даного підприємства та який ґрунтується на стандарті менеджменту управління ISO ДСТУ 9001:2009. Ідентифікація та впорядкування проводиться за чотирма стандартними групами бізнес-процесів, що має наступний ландшафт: процеси управління, бізнес-процеси, процеси підтримки (допоміжні процеси) та процеси вимірювання, аналізу і поліпшення.

Аналізуючий ландшафт системи менеджменту Корпорації «Укратомприлад» має такий перелік бізнес-процесів (рис. 1):

- Вдосконалення – РП 85-01;
- Відповідальність керівництва – РП 56-01;
- Управління ресурсами – РП 62-01;
- Система менеджменту – РП 42-01, 42-02, 42-03;
- Реалізація продукції – РП 72-01, 72-02, 74-01, 74-02, 74-03, 75-01, 75-02, 75-03, 75-04, 76-01;
- Вимірювання, аналіз та покращення – РП 82-01, 82-02, 82-04, 82-05, 83-01, 85-02.



Рис. 1. Базовий ландшафт бізнес-процесів «Укратомприлад»
Розроблено автором за даними настанови з якості підприємств [13]

На основі методу SWOT-аналізу виявлено переваги та недоліки вище зазначеного базового ландшафту Корпорації «Укратомприлад». До переваг відносяться: прискорення збору та обробки інформації для бізнес-процесів, наочне графічне представлення бізнес-процесів; класифікація бізнес-процесів; стандартизація структури процесів бізнес-системи; управління виробництвом робіт для клієнта, підтримка та покращення. Основним недоліком є недоцільна класифікація бізнес-

процесів за чотирма групами, а саме «процеси управління», «бізнес-процеси», «процеси підтримки (допоміжні процеси)» і «процеси вимірювання, аналізу і поліпшення». Для усунення цього недоліку варто ці процеси об'єднати в одну групу управління, оскільки бізнес-процеси є функціями менеджменту. Таким чином слід виокремлювати одну групу бізнес-процесів управління, де всі вони зосереджені, адже управління, планування, аналіз, поліпшення та вдосконалення є функціями управління. До блоку «система менеджменту» – не доцільно включені процеси документування, тому що це другорядні бізнес-процеси в управлінні підприємством.

Отже, враховуючи вище зазначені недоліки, вважаємо що доцільно обрати процесний підхід до управління підприємством ДСТУ ISO 9001:2009 машинобудівного підприємства «Укратомприлад», який базується на теоретико-методичних засадах менеджменту якості підприємства. Цей підхід надає змогу проаналізувати підприємство як процесну організацію для здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підставі класифікації бізнес-процесів та їх взаємозв'язку з об'єктами процесів у розрізі трьох основних блоків.

Оскільки, кожен бізнес-процес складається з безлічі функцій, завдань, цілей, що у сукупності представляють функціонування всієї виробничо-комерційної діяльності. Перелік бізнес-процесів та матриця відповідальності, надали змогу згрупувати та представити бізнес-процеси за такою класифікаційною ознакою у даному проектному ландшафті: бізнес-процеси управління, бізнес-процеси операційної діяльності та бізнес-процеси забезпечення операційної діяльності. Тому у проектному ландшафті процеси об'єднанні у певні класифікаційні блоки, що взаємодіють один з одним (рис. 2):



Рис. 2. Проектний ландшафт бізнес-процесів «Укратомприлад»
Розроблено автором за даними настанови з якості підприємств [7]

Отже, запропонований автором проектний ландшафт бізнес-процесів підприємства ґрунтується на поєднанні ландшафту процесного підходу до управління стандарту менеджменту ISO ДСТУ 9001:2009 (перелік бізнес-процесів і елементи входу та виходу доданої вартості клієнта/замовника) та карти бізнес-процесів верхнього рівня (у моделі не деталізовані бізнес-процеси, а навпаки розбиті по укрупненим блокам). На відміну від базового ландшафту, додана класифікація бізнес-процесів у ландшафт і такі блоки: вхід (вимоги до замовника) та вихід (задоволеність замовника). Такий проектний ландшафт надає змогу зосередити аналіз на бізнес-процесах та дослідити підприємство як процесну організацію. Таким чином реінжиніринг бізнес-процесів доцільно здійснювати у взаємозв'язку з такими інструментами як ландшафт та матриця відповідальності у розрізі трьох основних блоків: управління, операційної діяльності та забезпечення операційної діяльності.

Висновки. Питання, що стали предметом розгляду статті, спрямовані на проведення якісного аналізу бізнес-процесів управління машинобудівних підприємств за допомогою використання інструментарію системи менеджменту якістю машинобудівних підприємств.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці автором ландшафту бізнес-процесів, що, на відміну від існуючих, поєднує базовий ландшафт процесного підходу до управління стандарту менеджменту ISO ДСТУ 9001:2009 та карту бізнес-процесів верхнього рівня, що надали

зможу проаналізувати бізнес-процеси та виявити їх взаємозв'язок у розрізі трьох основних блоків: управління, операційної діяльності та забезпечення операційної діяльності.

На основі проведеного дослідження автором було виявлено особливості формування базового ландшафту та побудовано проектний ландшафт, в якому були розмежовані та виділені окремо бізнес-процеси представленого машинобудівного підприємства за трьома основними групами: управління, операційної діяльності та забезпечення операційної діяльності.

Проведений аналіз матриці відповідальності та базового ландшафту бізнес-процесів надав змогу виявити автором переваги та недоліки базового ландшафту, на підставі якого був обґрунтований їх взаємозв'язок, що виступає підґрунтям до оцінювання функціональних проблем управління бізнес-процесами машинобудівних підприємств.

Практичне значення дослідження полягає в узагальненні переваг та недоліків ландшафту бізнес-процесів, що були представлені у формі рекомендацій.

Подальших наукових розвідок потребує дослідження науково-методичних підходів щодо ефективності управління бізнес-процесами при запровадженні реінжинірингу проаналізованого машинобудівного підприємства.

Література:

Костюк Г. В. Матриця відповідальності як інструмент системи управління проектами в фармацевтичних компаніях [Електронний ресурс] / Г. В. Костюк, Я. М. Деревенська. – Режим доступу до журналу : <http://dspace.ukrfa.kharkov.ua/bitstream/123456789/1287/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%203.pdf>

Батенко Л. П. Управління проектами: навчальний посібник / Л. П. Батенко, О. А. Загородніх, В. В. Ліщинська – К. : КНЕУ, 2003. – 231 с.

Мазур И. И. Управление проектами: учебное пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапир, Н. Г. Ольдерогге / Под общ. ред. И. И. Мазура. – М. : Омега-Л, 2004. – 664 с.

Тарасюк Г. М. Управління проектами / Г. М. Тарасюк / Навчальний посібник для студентів вищих закладів. – К. : Каравела, 2004. – 344 с.

Гарина Е. П. Формирование ландшафта процессов как исходный этап выделения комплекса бизнес-процессов [Электронный ресурс] / Е. П. Гарина, А. П. Гарин / Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2012. №28.

Режим доступа к журналу : <http://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-landshafta-protsessov-kak-ishodnyy-etap-vydeleniya-kompleksa-biznes-protsessov>.

Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / М. Портер / Под ред. Я.В. Заблоцкого. М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. Калинин М. М. Картирование потока создания потребительской ценности [Электронный ресурс] / М. М. Калинин / Режим доступа к журналу : <http://leanunion.ru/content/kartirovanie-potoka-sozdaniya-potrebitelskoi-tsennosti>.

Риб С. В. Различные подходы к выделению и описанию бизнес-процессов [Электронный ресурс] / С. В. Риб, И. В. Кремлева – Режим доступа к журналу : <http://www.betec.ru/index.php?id=06&sid=50>

Репин В. В. Описание и анализ бизнес-процессов: цепочки ценности и Work Flow [Электронный ресурс] / В. В. Репин – Режим доступа к журналу : http://www.cfin.ru/itm/bpr/comparising_analysis.shtml

Елманова Н. Т. Краткое введение в моделирование бизнес-процессов [Электронный ресурс] / Н. Т. Елманова – Режим доступа к журналу : <http://compress.ru/article.aspx?id=18087>

Рудь В. В. Иерархическое моделирование процессов [Электронный ресурс] / В. В. Рудь – Режим доступа к журналу : http://bpms.ru/fileadmin/pdf/Rud_Victor.pdf

Злобин В. П. Ландшафт процессов – основа системы менеджмента качества [Электронный ресурс] / В. П. Злобин // Журнал «Методы менеджмента качества» №5, 2010 – Режим доступа к журналу : http://ria-stk.ru/mmq/adetail.php?ID=41249&phrase_id=227083.

Дані звітності підприємства: настанова з системи менеджменту Корпорації «Українські атомні прилади та системи».

Жигалкевич Ж.М.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

АКТУАЛЬНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ ВЗАЄМОДІЮЧИХ ВИРОБНИЦТВ

АКТУАЛЬНОСТЬ ИНТЕГРАЦИИ ВЗАЕМОДЕЙСТВУЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВ

UP-TO-DATE INTEGRATION OF INTERACTIVE CORPORATIONS

Стаття присвячена обґрунтуванню методологічних особливостей розвитку взаємодіючих підприємств основі міжфірмової інтеграції. Базуючись на аналізі наукових досліджень розкрито поняття «інтеграція». Досліджено різноманітні теорії міжфірмових взаємин на основі інтеграції економічних суб'єктів згідно яких встановлено, що спільним для них є сприйняття міжфірмових мереж як засобу регулювання зміни взаємозв'язків між фірмами. На основі теоретичних положень сформульовано поняття: «кластерні утворення», «кластер». Спираючись на досвід процесів кластеризації економічно розвинених країн та вітчизняних підприємств доведено перспективність кластерної інтеграції. Відповідно до практики господарювання розроблено основні напрямки мотиваційного механізму об'єднання взаємодіючих підприємств різного функціонального призначення та розміру в кластери. Зазначено принципи їх утворення. Виявлено внутрішні та зовнішні ефекти від створення кластерів взаємодіючих підприємств.

Ключові слова: інтеграція, міжфірмові взаємини, кластер, кластероутворення, взаємодіючі підприємства.

Статья посвящена обоснованию методологических особенностей развития взаимодействующих предприятий на основе межфирменной интеграции. Основываясь на анализе научных исследований раскрыто понятие «интеграция». Исследованы различные теории межфирменных взаимоотношений на основе интеграции экономических субъектов по которым установлено, что общим для них является восприятие межфирменных сетей как средства регулирования изменения взаимосвязей между фирмами. На основе теоретических положений сформулировано понятие «кластерные образования», «кластер». Опираясь на опыт процессов кластеризации экономически развитых стран и отечественных предприятий доказана перспективность кластерной интеграции. В соответствии с практикой хозяйствования разработаны основные направления мотивационного механизма объединения взаимодействующих предприятий различного функционального назначения и размера в кластеры. Указано принципы их образования. Выявлено внутренние и внешние эффекты от создания кластеров взаимодействующих предприятий.

Ключевые слова: интеграция, межфирменные отношения, кластер, кластероутворення, взаимодействующие предприятия.

This text is contributed towards the justification of specific methods in development of alternating corporations, which are the basis of intercorporate integration. Established on analysis of scientific research «integration» was determined. Various theories of intercorporate relations were researched, based on integration of economical subjects. All these subjects state that the perception of intercorporate networks is the means of regulation of changes of relations between corporations. Predicated on scientific clauses the following phrases are coined: «cluster formation», «cluster». Assuming the experience in clusterization process of industrial states and domestic corporations one can verify the prospects of cluster integration. In practice management develops major directions of motivational mechanics in

association of interactive corporations with a variety of functions and size in a cluster. Creations are shown by foundations. Outer and inner effects are displayed from cluster's creation between interactive corporations.

Key words: *integration, intercorporate relations, cluster, clusterization, interactive corporation.*

Вступ. Підвищення конкурентоспроможності та ефективної діяльності взаємодіючих підприємств потребує розробки і використання методів, механізмів і інструментів організації та управління господарськими суб'єктами промисловості на основі міжвиробничої інтеграції. До визначальних факторів створення інтегрованих структур відноситься можливість отримання синергетичних ефектів. Вони виникають завдяки: економії на масштабах виробництва; єдиній інфраструктурі та можливості маневру потужностями, потоками сировини і продукції; створенню ефективно керованої організації виробництва та збуту готової продукції; можливості ефективного і раціонального використання капіталу; заощадливості коштів та повторюваності контактів між учасниками; підвищенню гнучкості та інноваційного потенціалу; перевагам в доступі до нових технологій тощо.

Питанням формування та функціонування інтеграційних структур присвячено праці класиків економічної науки: А. Маршалла, О. Вільямсона, Й. Шумпетера, А. Вебера, С. Розенфельда, Є. Дахмія, М. Портера, І. Самплера, Д. Сольє, Є. Полімеру та інших.

Дослідженню інтеграційних механізмів приділено увагу в роботах російських та вітчизняних дослідників, зокрема А.Н. Олійника, Р.І. Капелюшнікова, М.М. Колосовського, В.Р. Хачатурова, Ю.В. Яременко, А.Є. Шаститко, З.С. Варналія, М.П. Войнаренка, Д.М. Стеченка, Т.В. Сахно, Л.І. Федулової тощо.

Постановка завдання. Незважаючи на численні зарубіжні та вітчизняні дослідження, значна частка теоретичних та методичних питань розвитку інтеграції взаємодіючих виробництв залишаються маловивченими. Ряд положень носить дискусійний характер. Актуальність і недостатній рівень розробленості зазначених проблем є підставою для проведення даного дослідження.

Методологія. Для досягнення зазначеної мети та вирішення поставлених завдань використано систему загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: діалектичний метод пізнання суспільних явищ; системний підхід; статистичні методи оброблення інформації — для вивчення різних джерел інформації та визначення ступеню об'єктивності наукових результатів щодо розвитку інтеграції взаємодіючих виробництв.

Результати дослідження. У загальному розумінні, інтеграція — це прояв високого соціально-економічного, політичного, організаційно-правового і культурного ступеня розвитку будь-якої економічної системи. Це є об'єктивний, різнобічний, найскладніший процес, багатий на протиріччя, пошуки, великі фінансово-економічні, соціальні, правові, політичні та інші експерименти [1, с. 347].

Також не існує єдиної думки щодо поняття «міжфірмова інтеграція». Базуючись на вивченні літературних джерел, міжфірмова інтеграція — це формування стійких всебічних зв'язків між підприємствами та організаціями, в процесі яких відбувається розширення і поглиблення виробничо-технологічної взаємодії, спільне використання ресурсів, об'єднання капіталів при створенні один одному сприятливих умов здійснення економічної діяльності, усунення взаємних бар'єрів в реалізації продукції [2].

У фаховій літературі представлено значну різноманітність теорій міжфірмових взаємин на основі інтеграції економічних суб'єктів. Спільним для існуючих теорій інтеграційних процесів є сприйняття міжфірмових мереж як засобу регулювання зміни взаємозв'язків між фірмами. Він, з одного боку, відрізняється від внутрішньофірмового (ієрархічного) регулювання, а з іншого — від ринкової координації як відповідної реакції на умови ринку.

Відповідно до вітчизняної практики господарювання інтегровані структури як об'єднання юридичних осіб існують в різноманітних формах. Серед структур, що позначені діючим законодавством України наступні: холдингова компанія, асоціація, корпорація, концерн, консорціум, фінансово-промислова група, конгломерат, картель, синдикат, трест.

З досвіду економічно розвинених країн, найбільш перспективною, з точки зору адаптації до сучасних умов господарювання, є теорія кластерної інтеграції. Під кластерною інтеграцією розуміється процес взаємного пристосування територіально відокремлених економічних суб'єктів, поглиблення їх взаємодії, розвиток зв'язків між ними [3, с. 8].

Кластерне утворення відрізняється присутністю інноваційної складової, що дозволяє пристосовуватися до змін у конкурентній сфері. В загальному розумінні — це група, агломерація взаємодіючих підприємств, поєднаних географічно та економічними інтересами, ціллю яких

є підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг. Кластер — це система наукового, технологічного та просторового сполучення виробництв на засадах комплексного використання наявних ресурсів, спрямованих на досягнення найбільшої господарської ефективності та виготовлення конкурентоспроможної продукції [4, с. 643]. За своєю економічною сутністю кластери займають проміжне місце між автономними організаціями, регіональними промисловими комплексами і галузевими альянсами, поєднуючи в собі риси всіх зазначених видів економічних систем. Серед причин актуалізації кластерних процесів можна виділити декілька. Зокрема, стимулювання інноваційної компоненти промислової економіки, необхідність підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках, сприяння налагодженню взаємодії учасників кластера на основі надійних коопераційно-коеволюційних домовленостей.

Досвід соціально-економічних трансформацій у країнах Центральної і Східної Європи, реалізація ними кластерних ініціатив, викликали жвавий інтерес в Україні. Так, перші кластери створилися в Хмельницькій області. Практика розвитку цих кластерів спочатку на Поділлі, потім в Прикарпатті, Поліссі, Севастополі, Полтаві та в інших регіонах підтвердив перспективність і ефективність інтеграційних зусиль, спрямованих на просування в господарську практику концепції формування нової виробничої системи [5, с.215].

Інтерес до кластерів постійно зростає, оскільки в умовах ринкового господарства вони стали рушійною силою виробництва його учасників. В моделі кластерної організації найбільш повно враховані мінливі форми конкуренції та значимі джерела конкурентних переваг. Кластерний метод дозволяє реалізувати найбільш важливі взаємозв'язки в технологіях, навичках, інформації, маркетингу і споживчих запитах, які характерні для цілого комплексу фірм і галузей. Ці взаємозв'язки роблять визначальний вплив на спрямованість і темпи інновацій, а також на конкурентоспроможність кінцевої продукції.

Базуючись на розумінні кластерної парадигми (тобто вихідної системи поглядів на кластероутворення) найбільш характерними ознаками організаційних форм кластерів є:

- географічна концентрація;
- множинність економічних агентів;
- функціональна взаємопов'язаність і взаємодія учасників;
- спеціалізація фірм-суб'єктів кластера;
- присутність конкуренції всередині кластера;
- інноваційна направленість;
- наявність висококваліфікованого персоналу [4, с.643].

Основа створення кластерів — економічні зв'язки, що базуються на довгострокових контрактах і здійснюються шляхом вертикальних і горизонтальних взаємодій між різними бізнес-суб'єктами та їх постійної (або довготривалої) взаємозалежності, як правило, взаємовигідної, обумовленої принципом синергізму (тобто діючи разом). Такі об'єднання сприяють малим організаціям поєднати переваги малих форм підприємництва і великих виробництв. Між фірмами, що належать різним власникам, відбувається споріднення при збереженні кожного з них своєї автономності.

Економічне вивчення кластерних утворень полягає в дослідженні закономірностей інтеграційних процесів. Процеси кластеризації є закономірним етапом та чинником об'єктивного розвитку ринкових систем. Їх розвиток дозволяє ефективніше поєднувати такі фактори економічного зростання як освіта, наука, культура підприємницької діяльності, що формують середовище для побудови економіки знань на регіональному та національному рівнях. Успішне функціонування територіально-галузевих інтеграційних об'єднань у формі кластерів взаємодіючих підприємств є важелем підвищення активізування інноваційного рівня діяльності; продуктивності праці та результативності підприємницької діяльності економічних суб'єктів; стимулювання інвестиційного клімату взаємодіючих підприємств; створення системи підготовки висококваліфікованих спеціалізованих кадрів; збільшення випуску конкурентоспроможної продукції; забезпечення ефективного обміну інформацією.

Основні напрямки мотиваційного механізму об'єднання взаємодіючих підприємств різного функціонального призначення та розміру в кластерні утворення зведено в табл. 1.

Аналіз передумов генезису та розвитку кластерів взаємодіючих підприємств зумовлює вивчення принципів їх формування. Серед таких принципів можна виділити: загальні, специфічні та системні. Характерні ознаки зазначених принципів подано в табл. 2.

Ефективність є найважливішою характеристикою доцільності інтеграції учасників кластеризації. Ефективна діяльність кластерних утворень формується в результаті загальноекономічної взаємодії всіх його учасників. Економічна сутність кластеризації проявляється у встановленні таких

взаємовідносин між господарюючими суб'єктами, які забезпечують довгострокове погодження та взаємне зближення інтересів і цілей. Під ефективністю кластерної структури пропонується розуміти результативність спільної діяльності учасників як єдиного цілого, яка визначається відношенням суми індивідуальних ефектів, скорегованих з урахуванням виникаючих синергетичних ефектів, до витрат, що зумовили їх здобуття.

Таблиця 1

Основні напрямки мотиваційного механізму кластеризації

Напрямки	Мотиви об'єднання
Інновації	Використання науково-технічної продукції, спільне придбання ноу-хау, патентів та ліцензій, спільні нові розробки продукції та технологій, їх впровадження тощо.
Виробництво	Централізація функцій технічного обладнання виробництва, зростання інвестицій в технічне переобладнання та модернізацію, надання виробничої підтримки, впровадження систем зниження витрат, підвищення кваліфікації робітників тощо.
Організація управління	Створення ефективної системи управління, в т.ч. обслуговування, впровадження принципів партнерства, реалізація комплексної науково-технічної, інвестиційної, фінансової та збутової стратегій.
Маркетинг і збут	Комплексне впровадження механізмів впливу на ринки збуту, виявлення або створення нових потреб, спільна реалізація стратегій боротьби з конкурентами та захвату нових ринків, створення ефективних систем просування та стимулювання товарів тощо.
Економіка	Розробка та реалізація ефективних інвестиційних проектів тощо.
Фінанси	Необхідність акумуляції фінансових ресурсів для вирішення внутрішніх проблем, надання внутрішніх пільгових кредитів, впровадження системи внутрішнього кредитування інновацій тощо.
Кадри	Формування спільної системи підбору, підготовки та перепідготовки кадрів, розробка ефективних заходів мотивації тощо.
Матеріально-технічне забезпечення	Створення надійного, стабільного та ефективного механізму матеріально-технічного забезпечення всіма видами ресурсів.
Контроль	Впровадження системи контролю для вирішення проблем управління діяльністю в режимі постійного контролю його ефективності тощо.
Сервісне обслуговування	Створення спільної розгалуженої системи сервісного обслуговування за регіональним або продуктовим принципом.
Експорт	Поеднання зусиль для виходу на нові ринки збуту, стимулювання експортних операцій, спільне лобювання інтересів.
Реструктуризація взаємовідносин	Утворення якісно нових часових і просторових систем з прицілом на синергетичні ефекти.
Інфраструктура	Забезпечення інноваційної активізації підприємств-учасників кластера.
Конкуренція	Можливість випуску конкурентоспроможної продукції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках

Джерело: [складено автором]

Принципи формування кластерів взаємодіючих підприємств

Класифікаційна ознака	Види принципів	Характерні ознаки
Загальні	Наукові	Розробка науково-методичних положень щодо кластеризації
	Легітимності	Діяльність в межах законодавчої системи
	Об'єктивності	Здатність до прийняття реальних рішень
	Своєчасності	Скорочення часового періоду реалізації проектів
	Цілеспрямованості	Визначення цілей формування та розвитку системи
	Прогресивності	Інноваційна орієнтованість
	Ефективності	Гранична вигода від виділення ресурсів
	Адекватності	Відповідність функціонування поставленим цілям
	Адаптивності	Пристосованість до змін зовнішнього середовища
Специфічні	Територіальної локалізації	Використання ефекту територіально-адміністративного розподілу, близькість місцезонашування, сусідство учасників
	Поєднання кооперації та конкуренції	Зберігання внутрішньої конкуренції
	Довгострокової взаємодії	Орієнтація на довгостроковість часового простору
	Диверсифікації	Спосіб розвитку системи на основі освоєння виробництва нових продуктів та послуг, поширення підприємницької діяльності
	Узгодженості інтересів	Ефективність взаємодії всіх учасників
	Селективності	Здатність до вибірковості
	Корпоративності	Встановлення нової корпоративної культури, системність серед множини учасників, що мають відношення до різноманітних аспектів бізнес-функціонування
	Партнерства	Партнерство в середині структури на основі єдиного корпоративного духа підприємництва та кластерних взаємодій
	Взаємозв'язку	Загальні економічні інтереси членів кластера
	Інформаційної забезпеченості	Єдина інформаційна середа та система бізнес-логістичних процесів при реалізації проектів (програм)
	Аутсорсингової спеціалізації	Розподіл бізнес-функцій і делегування відповідальності
Системні	Комплексності	Системність, взаємопов'язаність, повнота аналізу подій, явищ
	Циклічності	Регулярні коливання рівнів ділової активності
	Саморозвитку	Постійний розвиток системи
	Синергізму	Об'єднання з ціллю примноження економічних переваг
	Оптимальності	Визначення найоптимальніших критеріїв

Джерело: [складено автором]

Ефекти від створення кластерів взаємодіючих підприємств можна розділити на внутрішні та зовнішні. Внутрішні стосуються учасників кластера (табл. 3). Зовнішні можна вимірювати на рівні регіону, країни (випуск інноваційної продукції — передумова для можливості конкурувати на міжнародних ринках).

Таблиця 3

Внутрішні ефекти від створення і кластера взаємодіючих підприємств

Назва	Характеристика
Ефект масштабу виробництва та розширення галузі діяльності (наявність в особі однієї або групи фірм ядра для розвитку інших, взаємопов'язаних з нею організацій).	Посилення позицій на ринку. Досягнення «критичної точки» в виробничому ланцюжку без залучення зовнішніх постачальників. Відсутність потреби в інвестуванні додаткових активів та розробок, які освоєні партнерами.
Економія витрат на НДОКР.	Можливість спільного використання науково-дослідних центрів підприємств-учасників кластера, а також науково-кадрового потенціалу для розробки та впровадження нових товарів і послуг на ринок.
Ефект обхвату (характеризується швидкістю поширення нового способу виробництва між учасниками кластера при мінімізації транзакційних витрат).	Різномірність джерел технологічних знань та зв'язків полегшує комбінацію факторів виробництва та у свою чергу виступає передумовою інновацій. Обмін знаннями усередині кластера, створення баз даних, які дозволяють отримати переваги в доступі до ринків ресурсів, збуту продукції, кваліфікованої робочої сили.
Ефект комбінування і комплексного використання ресурсів, що взаємодоповнюють один одного.	Доступ до інноваційних продуктів за ціною, нижчою, ніж витрати на створення власного аналога.
Синергія управління.	Збільшення можливостей навчання, обмін досвідом, внутрішня ротация кадрів є основою зросту кадрового потенціалу. Здійснюється координація та контроль, що призводить до ефективного розміщення кадрів і зниження витрат на стадіях розробки, виробництва, збуту.
Уникнення тригерного ефекту (при створенні кластеру приріст виручки від додаткового випуску продукції компенсує підвищені витрати на інноваційну діяльність).	Для окремої фірми при впровадженні первинної інновації іноді є необхідним здійснювати значну кількість вторинних змін. Як наслідок, прибуток від базових інновацій може виявитися меншим за витрати. В окремих фірмах небезпека такого ефекту досить висока. В кластерах учасники можуть мінімізувати витрати на подібні вторинні зміни.
Оптимізація податкових зобов'язань.	Розповсюдження пільг одного з учасників на весь кластер.
Ефект зниження транзакційних витрат (скорочення витрат, пов'язаних з обміном і диверсифікацією ризику).	Взаємодія між учасниками скорочує витрати пошуку інформації, а економічні відносини набувають стійкості.
Синергія збуту.	Перевагу сумісної організації збуту з точки зору маркетингу, реклами, колективного розподілу.
Гнучкість (швидкість реакції на зміну вимог ринку).	Швидкі відповіді на змінний ринковий попит, прискорення використання нових технологій.
Підвищення стабільності підприємств-учасників і стійкості позицій на ринку.	Найбільш важливий ефект з точки зору стійкості і підвищення конкурентоспроможності підприємств (адже це є головною метою формування кластерів). По суті, цей ефект є результатом дії всього кластера. Зростання спроможності управляти невизначеністю, вирішувати неявні та складні проблеми; здатність до спеціалізації або диверсифікації, змога відбивати натиск конкурентів.

Джерело: [складено автором]

Внутрішні ефекти є передумовою отримання синергетичного ефекту та зовнішніх переваг від кластеризації. До основних зовнішніх ефектів віднесено:

- підвищення інвестиційної привабливості;
- створення нових робочих місць;
- поліпшення демографічної ситуації;
- вплив на сегмент ринку (сферу діяльності);
- проникнення на нові ринки (в т.ч. іноземні).

Таким чином, створення та функціонування кластера взаємодіючих підприємств є ефективним та виправданим за умови отримання реального синергетичного ефекту. Його сутність в посиленні позитивних проявів діяльності кластерної структури та якісно нових функціональних властивостей. Тісна взаємодія учасників кластера веде до утворення інформаційного простору, підвищення їх інноваційної активності та покращення економічних показників.

Висновки. Незважаючи на значний інтерес економістів і виробників до інтеграції виробництв, інтеграція взаємодіючих підприємств в Україні відбуваються ще не досить активно. Багато аспектів, що пов'язані з особливостями створення специфічних формувань інтеграції взаємодіючих підприємств замкнутого циклу, поки що не мають достатнього теоретичного обґрунтування і вимагають широкого кола спеціальних наукових досліджень та подальшого глибокого вивчення.

Наукова новизна поданого дослідження полягає у розвитку методологічних основ інтеграції взаємодіючих виробництв, зокрема в уточненні дефініцій: «інтеграція», «кластер». Виявлено та систематизовано основні напрямки мотиваційного механізму об'єднання взаємодіючих підприємств різного функціонального призначення та розміру в кластерні утворення, їх принципи формування. Виокремлено ефекти від створення кластерів взаємодіючих підприємств.

Література:

1. Стеченко Д.М. Інтеграція виробництв як об'єктивна основа розвитку взаємодіючих підприємств машинобудування / Д.М. Стеченко, Ж.М. Жигалкевич // Університетські наукові записки: Часопис Хмельницького університету управління та права. – №1(49), 2014. – 414 с. – С. 347-354
2. Борисов А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. — М.: Книжный мир, 2006. — 860 с.
3. Иванова Е. А. Формирование и развитие интеграционных структур в агропромышленном комплексе : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / Е. А. Иванова. — Йошкар Орла, 2006. — 22 с.
4. Конкурентні доміанти стратегічного розвитку підприємств: Монографія / В.В. Дергачова, Н.О. Сімченко, К.О. Бояринова та ін. – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2013. – 726 с.
5. Серік О. Д. Концепція кластерів та її роль у формування конкурентоспроможної економіки держави / О. Д. Серік // Вісник Хмельницького національного університету 2009. № 3 — С.214-217.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ХОЛДИНГОВИХ КОМПАНІЙ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ХОЛДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

STRATEGIC ORIENTS OF MACHINE-BUILDING HOLDING COMPANIES IN UKRAINE

У статті досліджено соціально-економічний стан машинобудівної галузі та зроблено висновок про необхідність технологічної і структурної перебудови виробництва на інноваційній основі. Розглянуто стратегічне управління холдинговими компаніями машинобудівної галузі на прикладах ПАТ «АвтоКраз», ПАТ «Луганськтепловоз» та ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод». Визначено спільні стратегічні орієнтири – розвиток компаній на інноваційній основі, використання корпоративних інформаційних технологій та розширення участі на міжнародному ринку. Поглиблено стратегічне управління холдинговими компаніями складовими активізації інноваційної діяльності інноваційною готовністю та спроможністю. Для підвищення інноваційної готовності холдингу розширено функціональні напрями системи управління – запропоновано концепцію управління узгодженням корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин. Розкрито дану концепцію через планування, організацію, мотивацію та контроль корпоративних інтересів акціонерів, топ-менеджерів та працівників.

Ключові слова: інноваційна спроможність, інноваційна готовність, корпоративні інтереси, управління узгодженням.

В статье исследовано социально-экономическое положение машиностроительной отрасли и сделан вывод о необходимости технологической и структурной перестройки производства на инновационной основе. Рассмотрено стратегическое управление холдинговыми компаниями машиностроительной отрасли на примерах ЧАО «АвтоКраз», ЧАО «Лугансктепловоз» и ЧАО «Черноморский судостроительный завод». Определено общие стратегические ориентиры – развитие компаний на инновационной основе, использование корпоративных информационных технологий и расширение участия на международном рынке. Углублено стратегическое управление холдинговыми компаниями составляющими активизации инновационной деятельности инновационной готовностью и способностью. Для повышения инновационной готовности холдинга расширено функциональные направления системы управления предложено концепцию управлением согласованием корпоративными интересами субъектов корпоративных отношений. Раскрыто данную концепцию через планирование, организацию, мотивацию и контроль корпоративных интересов акционеров, топ-менеджеров и работников.

Ключевые слова: инновационная способность, инновационная готовность, корпоративные интересы, управление согласованием.

In the article the author investigated the socio-economic state of the machine-building industry and came to the conclusion about the necessity of technological and structural reorganizations of production on innovative basis. She examined strategic management of the machine-building holding companies PJSC "AvtoKraz", PJSC "Luhanskteplovoz" and PJSC "Chornomorskyi sudnobudivnyi zavod". The author defined common strategic orients – development of the companies on innovative basis, usage of corporate informational technologies and increasing the sales on the international market. She deepened strategic management by the components of innovation activity innovative readiness and capacity. To increase innovative readiness of a holding company the author extended management functions – pro-

posed the conception of management of corporate interests of the subjects of corporate relations. She presented this conception as planning, organization, motivation and control of corporate interests of shareholders, top-managers and workers.

Key words: innovative capacity, innovative readiness, corporate interests, harmonization of corporate interests.

Вступ. Посилення інтеграційних процесів з державами СНД та високо розвинутими країнами вимагає підвищення гнучкості промислового виробництва, що може бути здійснено за умови наявності достатнього інтелектуального та технологічного потенціалів компаній. Але складний соціально-економічний стан компаній, посилений фізичним та моральним старінням виробничих потужностей, знижує конкурентоспроможність вітчизняної продукції, потребує пошуку стратегічних напрямів її покращення. Дане питання набуває особливої актуальності у контексті розвитку великого бізнесу, в якому провідна роль належить холдинговим компаніям. У науковій вітчизняній та зарубіжній літературі стратегічне управління компанією більшою мірою направлено на зміцнення інтересів власників бізнесу, проте інтересам інших суб'єктів корпоративних відносин топ-менеджерів та працівників приділено недостатньо уваги. Якщо інтереси топ-менеджерів задовольняються, про їх високі гонорари відомо спільноті, то інтереси працівників несправедливо ігноруються. А саме інтереси даної категорії повинні бути розглянуті в стратегічному розвитку компанії, оскільки дана більшість, володіючи суттєвим обсягом національного багатства країни, реалізує стратегічні цілі компаній та в цілому держави. В результаті вивчення джерел [1-4] було виявлено спроби розгляду корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин компаній, проте акцент на їх узгодженні на стратегічному рівні не наголошувався, що вимагає подальшого дослідження та пошуку напрямів вдосконалення.

Постановка завдання. Головною метою даного дослідження є обґрунтування необхідності поглиблення стратегічного управління холдинговою компанією на засадах активізації інноваційної діяльності через узгодження інтересів суб'єктів корпоративних відносин.

Методологія. Теоретико-методологічну основу даного дослідження склали методи статистичного та порівняльного аналізу, теоретичного узагальнення, SWOT-аналізу, моделювання, а також системного підходу для вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності холдингових компаній машинобудівної галузі.

Результати дослідження. Холдингові компанії машинобудування перебувають в умовах змінного оточуючого середовища, що спричинено нестабільним станом галузі. На це вказує тривала відсутність стабільно позитивної динаміки індексів виробництва машинобудівної продукції впродовж 2007–2013 рр (рис. 1). Основною причиною погіршення фінансово-економічного стану галузі стала світова фінансова криза, чиї наслідки компанії відчувають і дотепер. І незважаючи на зменшення коливань індексу цін та стабілізацію цінової політики (див. рис. 1), структура операційних витрат машинобудівної галузі вказує на складну ситуацію стосовно задоволення інтересів працівників у зв'язку з низьким приростом оплати праці.

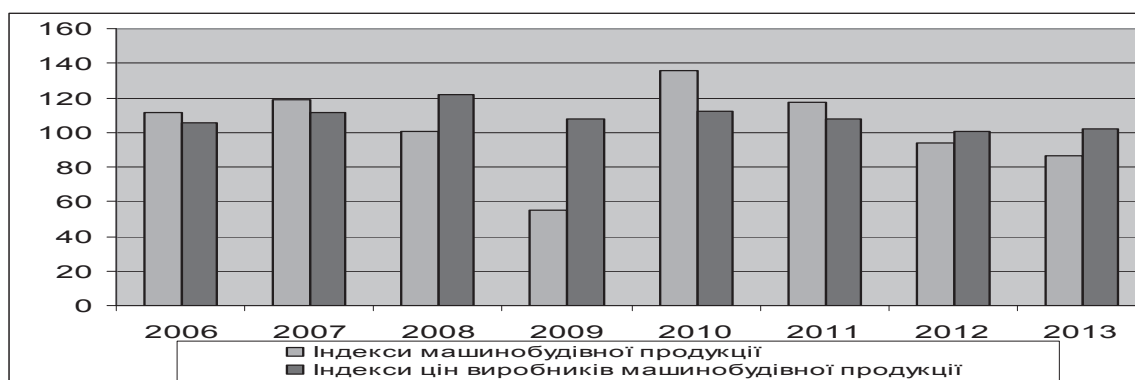


Рис. 1. Індекси виробництва та цін машинобудівної продукції [5]

Приріст оплати праці працівників у структурі операційного доходу 2011 році порівняно з 2007 роком склав 1,04 (табл. 1). Проте інтереси власників бізнесу у цьому періоді задовольнилися приріст операційного прибутку склав 1,80 (див. табл. 1).

Таблиця 1

Структура операційного доходу машинобудівної продукції, % [5]

Рік	Матеріаль-ні витрати	Амортиза-ція	Оплата праці	Інші операційні витрати	Операційний прибуток
2007	67,15	2,66	15,49	8,62	6,08
2008	67,92	2,33	15,77	10,05	3,93
2009	57,98	3,81	18,46	12,27	7,48
2010	61,73	2,53	16,96	10,04	8,74
2011	62,39	2,19	15,70	8,8	10,92

Все це відбувалося на фоні активізації інноваційної діяльності промисловості та зростання кількості інноваційно-активних компаній у період 2009-2012 рр, серед яких значну частку (24,2 28,7 %) склали машинобудівні компанії (табл. 2).

Таблиця 2

Кількість інноваційно-активних підприємств, одиниць [5]

Рік	Промисловість	Машинобудування	Питома вага, %
2007	1472	421	28,6
2008	1397	400	28,6
2009	1411	406	28,7
2010	1462	417	28,5
2011	1679	443	26,4
2012	1758	426	24,2
2013	1705	399	23,4

Відомо, що машинобудування становить основу відтворювального процесу в національній економіці, тому пошук напрямів стимулювання інноваційної діяльності стає пріоритетним. Економісти одностайні у необхідності активного залучення висококваліфікованих та досвідчених працівників, відзначаючи також їхню потребу у достойній оплаті та умовах праці. Але насправді рівень оплати праці працівників даної галузі нижчий за середній показник промисловості, що підтверджується результатами порівняльного аналізу середньомісячної заробітної платні працівника машинобудування з оплатою праці добувної та переробної сфер промисловості (табл. 3).

Таблиця 3

Середньомісячна номінальна заробітна плата працівника, грн [5]

Рік	Промисловість	Добувна промисловість	Переробна промисловість	Машинобудування	Відх. 1 (гр. 5 – гр. 2)	Відх. 2 (гр. 5 – гр.3)	Відх.3 (гр. 5– гр. 4)
2007	1554	1970	1456	1389	-165	-581	-67
2008	2017	2681	1849	1789	-228	-892	-60
2009	2117	2894	1856	1709	-408	-1185	-147
2010	2580	3539	2281	2262	-318	-1277	-19
2011	3120	4370	2759	2762	-358	-1608	+ 3
2012	3500	4881	3085	3086	-414	-1795	-1
2013	3763	5266	3305	3229	-534	-2037	-76

Така ситуація провокує соціальну напругу та поглиблює депресивний стан галузі, що визначений за результатами проведеного автором SWOT-аналізу (рис. 2). Поділяючи думку авторів стосовно необхідності здійснення важливих кроків з боку держави та власників бізнесу у напрямі забезпечення стійкого розвитку галузі через технологічну і структурну перебудови виробництва на інвестиційно-інноваційній основі з метою подолання кризових фінансових явищ сьогодення [6], слід відзначити, що безпосередніми виконавцями цих завдань стають топ-менеджери та працівники компаній, чиї інтереси не завжди співпадають із загальнодержавними та загальнокорпоративними. Саме тому власникам слід ініціювати активне залучення працівників до інноваційного процесу, забезпечити контроль за його розвитком. У свою чергу перед топ-менеджерами стоїть завдання зі створення бази інноваційних знань, організації обміну досвідом між працівниками, створення умов для здійснення управління знаннями [10]. Цьому може посприяти ефективне співробітництво працівників із топ-менеджерами у єдиному стратегічному напрямі, що задовольняє акціонерів. Одним із напрямів налагодження такого співробітництва може стати узгодження інтересів даних суб'єктів корпоративних відносин у стратегічному управлінні. А допоки стратегічне управління холдингів, що досліджено на прикладах ПАТ «АвтоКраз», ПАТ «Луганськтепловоз» та ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод», недостатньо зорієнтовано на узгодження корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин.

Порівняння місій названих вище холдингів вказало на їхню однакову стратегічну направленість – задоволення потреб вітчизняних клієнтів та поступове розширення попиту на міжнародному ринку. Проте заявляючи про розширення ринків збуту, власники бізнесу розглядають місію як сенс існування компанії з позиції задоволення лише своїх власних потреб та потреб клієнтів.

Сильні сторони машинобудування	Слабкі сторони машинобудування
<ul style="list-style-type: none"> – наявність підприємств, що випускають унікальну продукцію; – наявність науково-дослідних інститутів при виробництві; – прагнення до побудови вертикально інтегрованого ланцюга та бажання його повністю замкнути 	<ul style="list-style-type: none"> – низька конкурентоспроможність продукції та сервісного обслуговування; – висока залежність від цін на сировину та матеріали; – низька мотивація та заробітна платня працівників та, як наслідок, низька продуктивність праці та поступове зниження кваліфікації; – низька інноваційна активність; – низька інвестиційна привабливість через тяжкий фінансовий стан та зношення основних фондів; – невідповідність управління сучасним світовим вимогам
Можливості оточуючого середовища	Загрози оточуючого середовища
<ul style="list-style-type: none"> – стабільний попит на ринку Росії та інших країнах СНД; – поживлення внутрішнього національного ринку у зв'язку з модернізацією та технічним оновленням металургійної галузі; – поліпшення інвестиційного клімату та поява можливості залучення іноземного капіталу – посилення інтеграційних процесів та можливість виходу компаній на глобальний ринок первинного розміщення акцій 	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність стабільного фінансування галузі з боку державного бюджету; – політизація холдингових компаній; – світова фінансова криза; – зростання цін на сировину; – нестабільність курсів світових валют; – висока конкуренція

Рис. 2. SWOT-аналіз машинобудівної галузі [складено автором]

Тривалий досвід ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод» в суднобудуванні, унікальні технології, кваліфіковані кадри дозволяють компанії випускати продукцію на рівні світових стандартів. Враховуючи значну ступінь зносу основних засобів (табл. 4), холдинг дотримується стратегії відновлення та модернізації виробничих потужностей, реалізує інвестиційні програ-

ми, збільшує портфель заказів на будівництво суден, а також залучає додаткові замовлення на здійснення судоремонтних робіт.

Таблиця 4

Коефіцієнт зношеності основних засобів, % [7 9]

Компанія	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
АвтоКраз	93,2	90,5	91,0	91,5	91,9	93,1	99,6
Луганськтепловоз	65,8	66,2	66,6	67,9	70,6	14,4	22,6
Чорноморський суднобудівний завод	62,9	60,7	59,5	60,1	59,3	59,6	61,1

До факторів, що послаблюють виконання стратегічних цілей, керівництво холдингової компанії відносить нестабільність законодавчої бази, високі податки, високі ціни на енергоносії та високу мінімальну заробітну платню [9]. Прикро, що керівництво вважає негативним явищем високу мінімальну заробітну платню, оскільки саме достойний рівень оплати праці, на наш погляд, дозволив компанії покращити результати фінансово-економічної діяльності (табл. 5). Таке нехтування вкладу працівників у фінансово-економічні результати компанії неприпустиме та свідчить про наявність внутрішньо-комунікаційних бар'єрів. А віднесення інформації про стратегічні орієнтири та плани холдингу до комерційної таємниці вказує на бажання власників відгородитися від працівників та не залучати їх до управління. Це у майбутньому негативно відобразиться на конкурентоспроможності компанії. Але керівництво продовжує ігнорувати наявні труднощі, спрямовуючи значні зусилля та ресурси на відновлення та модернізацію потужностей задля збільшення ринку збуту, забуваючи що цей стратегічний напрям потребує залучення в управління досвідчених та кваліфікованих кадрів. Подібна стратегія погіршує і без того складний фінансовий стан холдингу, що підсилюється підвищенням розміру позичкового капіталу та банківськими відсотками за кредитами.

На відміну від ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод» холдингова компанія ПАТ «АвтоКраз» є більш прозорою та офіційно оприлюднює стратегічні плани та результати свого SWOT-аналізу. Даний аналіз допоміг холдингу визначити такі проблеми [7]: значний знос основних фондів; недостатність висококваліфікованих кадрів; постійне зростання цін на матеріальні та енергетичні ресурси, що зменшує обігові кошти холдингу; нестабільна робота постачальників; законодавчі зміни в законодавстві Російської Федерації; наслідки світової фінансової кризи.

Для подолання означених вище негативних моментів холдинг розробляє і реалізує плани оптимального використання обладнання та технологічного переоснащення виробництва, реалізує інвестиційні плани технічного переозброєння і модернізації основних засобів та створює сучасний виробничий процес на основі енергозберігаючих технологій. Компанія здійснює пошук альтернативних постачальників та удосконалює логістику, здійснює розвиток маркетингової політики і мережі збуту на внутрішньому та міжнародних ринках. Глобальний стратегічний план ПАТ «АвтоКраз» передбачає нарощення обсягів виробництва і продажу автомобілів до шести тисяч одиниць на рік. Обрана холдингом стратегія виробництва спрямовує зусилля на підвищення рівня виробництва автотехніки, розвитку сервісної мережі та підвищення якості послуг до рівня закордонних компаній. У період 2005–2012 рр для технічного переозброєння виробництва та впровадження енергозберігаючих технологій підприємство витратило понад 130 млн.грн на придбання сучасного обладнання для агрегатного та складального виробництва [7]. Визнаючи недостатність кваліфікованих працівників у ПАТ «АвтоКраз» створено учбовий центр по підготовці кадрів дефіцитних професій. Але потрібно відзначити, що такі заходи лише частково та тимчасово вирішують проблему компанії, оскільки низька заробітна платня (див. табл. 5) спонукає працівників, отримавши необхідний досвід, шукати інші робочі місця. Отже, одночасно з розвитком власної навчальної бази холдингу потрібно піднімати рівень оплати працівників та вдосконалювати систему матеріального стимулювання, що повинна бути зорієнтована на стратегічний результат, погоджений із усіма учасниками корпоративних відносин.

Корпоративні інтереси суб'єктів корпоративних відносин [7 – 9]

Рік	Акціонери		Топ-менеджери та працівники	
	Чистий прибуток, тис. грн	Дивіденди, тис. грн	Середньомісячна заробітна платня працівника холдингу, тис. грн	Середньомісячна заробітна платня працівника галузі, тис. грн
ПАТ «АвтоКраз»				
2007	74 229	0	1,881	1,389
2008	66 118	0	2,347	1,789
2009	30 942	0	1,257	1,709
2010	10 435	0	1,859	2,262
2011	-177 142	0	2,391	2,762
2012	15 229	0	2,799	3,086
2013	19 578	0	2,979	3,229
ПАТ «Луганськтепловоз»				
2007	-14 754	0	1,701	1,389
2008	1 081	0	2,542	1,789
2009	-157 381	0	1,587	1,709
2010	-7 457	0	2,596	2,262
2011	71 824	0	3,557	2,762
2012	38 724	0	5,110	3,086
2013	158 283	0	7,236	3,229
ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод»				
2007	-32 821	0	1,867	1,389
2008	-40 210	0	2,511	1,789
2009	669	0	2,937	1,709
2010	869	0	2,885	2,262
2011	1 235	0	3,737	2,762
2012	602	0	4,269	3,086
2013	207	0	4,340	3,229

Зі схожими труднощами у подоланні негативних наслідків оточуючого та внутрішнього середовищ зіштовхнувся холдинг ПАТ «Луганськтепловоз». Холдинговою компанією розроблено «Перспективний план розвитку ПАТ «Луганськтепловоз» на 2008–2015 рр», що передбачає використання стратегії виробництва для розширення ринку збуту Російської Федерації [8]. Компанією визначено стратегічні цілі – забезпечення прибутковості діяльності, зростання обсягів виробництва продукції, підвищення якості продукції. До тактичних цілей віднесено: відновлення виробництва і реконструкція підприємства; збільшення навантаження виробничих потужностей, розширення випуску продукції на російському ринку. Для досягнення зазначених стратегічних цілей передбачено проведення таких заходів [8]: подолання наслідків фінансової кризи; визначення перспективної номенклатури продукції; нарощування обсягів виробництва; відновлення і подальший розвиток виробництва; вдосконалення конструкції виробів, що випускаються; проведення наукових досліджень

і сертифікація за стандартом ISO9000 нових виробів; розвиток інформаційних технологій. Для подальшого освоєння ринків України і Росії прогнозовано проведення стратегії, спрямованої на зниження собівартості продукції, використання сучасних технологій виробництва.

Порівнюючи стратегічні плани ПАТ «АвтоКраз», ПАТ «Луганськтепловоз», ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод», приходимо до висновку, що стратегії холдингів відповідають загальнодержавному стратегічному розвитку галузі. Це підтверджують обрані ними стратегічні орієнтири – розвиток компанії на інноваційній основі, використання корпоративних інформаційних технологій та розширення участі на міжнародному ринку. За таких умов перед холдинговими компаніями постає питання активізації інноваційної діяльності.

Необхідно відмітити, що передумовами активізації інноваційної діяльності виступають інноваційна спроможність та готовність компанії. Якщо холдинг може бути інноваційно спроможний, про що свідчитимуть наявність інтелектуальної власності, нових технологій, кваліфікованого персоналу та фінансово-економічної стабільності, то це не означає, що він готовий до активізації інноваційної діяльності. Інноваційна готовність холдингу передбачає зменшення протидії працівників корпоративних підприємств змінам в компанії, що в першу чергу досягається за умови узгодження корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин. Тому стратегічне управління пропонуємо поглибити на стадії визначення стратегічних орієнтирів через врахування складових активізації інноваційної діяльності корпоративних підприємств, що отримує таке схематичне представлення (рис. 3).



Рис. 3. Стратегічне управління холдингом [вдосконалено автором]

Не зупиняючись детально на методичних підходах щодо оцінювання інноваційної готовності та спроможності, розглянемо управління узгодженням корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин, що безпосередньо впливають на реалізацію задач стратегічного управління акціонерів, топ-менеджерів та працівників. У такому разі управління узгодженням корпоративних інтересів розглянуто як цілеспрямований вплив топ-менеджерів на корпоративні інтереси працівників для досягнення своїх власних інтересів та корпоративних інтересів акціонерів. Даний напрям системи управління холдингової компанії потребує виконання таких загальновідомих функцій як планування, організація, мотивація та контроль.

1. Планування – складова управління узгодженням корпоративних інтересів, що полягає у розробці плану узгодження та його реалізацію. План узгодження кількісно визначає розмір корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин корпоративних підприємств та управлінської компанії на наступний період. Наприклад, корпоративні інтереси акціонерів можуть бути кількісно виражені показником розміру виплати дивідендів, топ-менеджерів та працівників – достойними оплатою та умовами праці. Якщо розглянути під узгодженням корпоративних інтересів стратегічне планування обсягу реалізованої продукції, виходячи з можливостей виробництва та ринку збуту, та зорієнтувати управління на підвищення економічної доданої вартості, то перелік показників корпо-

ративних інтересів можемо розширити такими показниками:

- акціонери (економічна додана вартість, показники прибутковості);
- топ-менеджери (економічна додана вартість, показники прибутко-вості, обсяг реалізованої та товарної продукції);
- працівники (обсяг товарної продукції).

Реалізація плану узгодження передбачає обговорення та затвердження на загальних зборах акціонерів холдингової компанії переліку відповідальних осіб, розробку етапів виконання та шляхів досягнення.

2. Організація – сукупність принципів, форм та методів координації дій суб'єктів корпоративних відносин з метою досягнення узгодження їхніх корпоративних інтересів. Дана складова управління потребує налагодження внутрішньокорпоративних відносин та демократизації управління.

3. Мотивація – складова управління узгодженням корпоративних інтересів, що спонукає топ-менеджерів та працівників до діяльності для задоволення корпоративних інтересів акціонерів.

4. Контроль – оперативний процес пошуку причин відхилення досягнутих показників корпоративних інтересів від запланованих. Методологічною основою може слугувати контролінг.

Розглянуті функції дозволять забезпечити управління узгодженням корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин та сприятимуть створенню корпоративної культури холдингової компанії.

Висновки. Сучасний стан розвитку машинобудівної галузі вимагає від власників рішучих дій стосовно підвищення конкурентоспроможності компаній, що в умовах ринкових перетворень може бути досягнуто за умови активізації їхньої інноваційної діяльності. Проте діагностика соціально-економічного становища галузі свідчить про низьку інноваційну спроможність машинобудівних компаній. Низька мотивація та заробітна плата працівників, небажання власників виконувати в повному обсязі свої інноваційні функції та внаслідок цього нести додаткові витрати ускладнює взаємовідносини не тільки між державою та акціонерами, а й між працівниками та топ-менеджерами. Дослідження стратегічних напрямів ПАТ «АвтоКраз», ПАТ «Луганськтепловоз» та ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод» визначило їхню інноваційну спрямованість з одночасним неприйняттям людського капіталу як найважливішого елемента економіки та необхідності в його розкритті, фінансуванні для забезпечення інноваційного розвитку в довгостроковій перспективі. У зв'язку з чим запропоновано поглибити стратегічне управління складовими активізації інноваційної діяльності – інноваційною спроможністю та інноваційною готовністю, що реалізується в управлінні узгодженням корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин.

Науковою новизною дослідження є вдосконалення теоретико-методичних основ стратегічного управління холдинговою компанією машинобудівної галузі, що поглиблено складовими активізації інноваційної діяльності на засадах управління узгодженням корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що за результатами проведеного дослідження запропоновано додатковий напрям управління холдинговою компанією машинобудівної галузі – управління узгодженням корпоративних інтересів, що сприятиме підвищенню інноваційної готовності корпоративних підприємств. Отриманий теоретичний доробок може бути корисним підґрунтям для подальших теоретичних та практичних досліджень з даного напрямку.

Перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом. Необхідно провести поглиблене дослідження зарубіжного досвіду щодо управління узгодженням корпоративних інтересів суб'єктів корпоративних відносин та напрямів реалізації у стратегічному управлінні холдингових компаній.

Література:

1. Вартісно-орієнтований організаційно-економічний механізм корпоративного управління холдинговими компаніями: стратегія отримання комбінаторних переваг: монографія // Т. В. Момот, М. В. Кадничанський, О. А. Лобанов, Н. В. Рудь. – Х.: Фактор, 2010. – 220 с.
2. Гапоненко А.Л. Стратегическое управление: учебник / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2010. – 472 с.
3. Методи фінансового та інвестиційного аналізу промислових підприємств: аналіт. огляд / [В.Я. Нусінов, В.М. Кутувий, Я.В. Нусінова та ін.] – Кривий Ріг : Вид. дім, 2006. – 300 с.
4. Пріоритети інвестиційної політики у контексті модернізації економіки України / [Павлюк А.П., Покришка Д.С., Белінська Я.В. та ін.]. – К.: НІСД, 2013. – 48 с.

5. Статистичний щорічник України за 2012 рік. – К. : Консультант, 2010. – 551 с.
6. Перетятко А.В. Машинобудівний комплекс: проблеми управління стабільністю та шляхи їх вирішення [електронний ресурс] / А.В. Перетятко, Г.К. Яловий. – Режим доступу: <http://www.economy.kpi.ua/>
7. Офіційний сайт компанії «ХК «АвтоКраз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.autokraz.com.ua/>
8. Офіційний сайт компанії ПАТ «Луганськтепловоз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.luganskteplovoz.bg.ua/>
9. Офіційний сайт компанії ПАТ «Чорноморський суднобудівний завод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chornomorskiy-sudnobudivniy-zavod.bg.ua>
10. Huei Tse Hou New research on knowledge management models and methods [Electronic resource] / Huei Tse Hou. – available at: <http://www.intechopen.com>

УДК 331.5.024.54

Лизньова А.Ю.

канд. економ. наук, доцент

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ З ПОЗИЦІЇ УПРАВЛІННЯ НА МАКРОРІВНІ

ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА С ПОЗИЦИИ УПРАВЛЕНИЯ НА МАКРОУРОВНЕ

THE TENDENCY IN DEVELOPMENT THE LABOR MOTIVATION SYSTEM FROM MACRO LEVEL POINT OF MANAGING

У статті визначено площину покриття управління на макрорівні соціально-трудовою сферою, виявлено регресори впливу на зміну системи мотивації, формалізовано засади управління мотивацією трудової діяльності через параметри економічного, соціального та інституціонального забезпечення. Зазначено, що економічна підсистема управління соціально-трудовою сферою регулює зайнятість економічно активного населення, засади розвитку зайнятості трудових ресурсів у неформальному секторі економіки та політику поляризації доходів населення; соціальна підсистема забезпечує управління якістю трудового життя та міграційними відтоками населення; інституціональна підсистема забезпечує регламентацію соціально-трудових відносин в межах існуючого нормативно-правового поля, нових форм праці та зайнятості населення. Розроблена семантична модель забезпечує поєднання предикативних умов, які детермінують закономірності прояву горизонтальної інституції в процесі формування систем мотивації праці.

Ключові слова: мотивація праці, макросистема управління, семантична модель, соціально-трудова сфера

В статье определяется плоскость покрытия управления на макроуровне в социально-трудовой сфере, выявлены регрессоры влияния на изменение системы мотивации, формализованы основы управления мотивацией трудовой деятельности через параметры экономического, социального и институционального обеспечения. Определено, что экономическая подсистема управления социально-трудовой сферой регулирует занятость экономически активного населения, основы развития занятости трудовых ресурсов в неформальном секторе экономики и политику поляризации доходов населения; социальная подсистема обеспечивает управление качеством трудовой жизни и миграционными оттоками населения; институциональная подсистема обеспечивает регламентацию социально-трудовых отношений в пределах существующего нормативно-правового

поля, новых форм труда и занятости населения. Разработана семантическая модель, обеспечивающая сочетание предикативных условий, детерминирующих закономерности проявления горизонтальной институции в процессе формирования систем мотивации труда.

Ключевые слова: мотивация труда, макросистема управления, семантическая модель, социально-трудовая сфера

The paper work is determed the square of managing the social and labour sphere at macro level, identified repressors that influence on changing the system of motivation, formalized the basement of managing the system of labour motivation through cases of economic, social and institutional support. It is noted that the economic subsystem of managing the social and labour sphere regulates employment, principles of development the employment in informally economic and policy of polarization the income; social subsystem of management provides the quality of working life and migration outflows; institutional subsystem of management provides the regulation of the social and labour relations through existed legal framework, new forms of work and employment. Developed semantic model provides a combination of predicate conditions that determine tendencies of horizontal institutions in order to provide of labour motivation system.

Keywords: labour motivation, macrosystem of management, semantic model, social and labour sphere

Вступ. Ефективність та збалансованість будь-якої економічної системи забезпечується важелями управління, які зумовлюють синергетичну взаємодію, узгодженість інституційних перетворень та гармонізацію соціально-економічних відносин. Біфуркаційний характер розвитку соціально-економічних та інституційних інтересів економічних агентів, зміни в архітектоніці поведінкових моделей персоналу, структурні зрушення продуктивних сил та виникнення нових організаційних форм соціально-трудового партнерства сприяють трансформації ціннісних мотивів в забезпеченні продуктивної трудової діяльності персоналу.

Теоретичне підґрунття дослідження забезпечили наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців: Д.П. Богині, В. Врума Ф. Герцберга, А.М. Колота, А. Маслоу, М.В. Семикіної, В.Г. Шинкаренка, які розкрили питання щодо сутнісно-змістовного контексту мотивації, забезпечили системологізацію концепцій щодо змін у ставленні до праці та змін у змісті і характері самої праці крізь призму змістовних та процесуальних теорій, розробили методологічні засади управління мотивацією праці. Проблемний зміст окресленої предметної сфери визначається відсутністю системного дослідження закономірностей розвитку системи мотивації праці в контексті семантичної ув'язки параметрів регуляційної політики макросистеми.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення закономірностей розвитку системи мотивації праці на засадах декомпозиції параметрів управління соціально-трудовою сферою.

Методологія. Окреслена предметна площина дослідження ґрунтується на наступних методах наукового пізнання: аналізу та синтезу при визначенні підсистем (економічної, соціальної, інституціональної) об'єктно-цільового управління соціально-трудовою сферою; історичної аналогії до пізнання економічних явищ – при дескрипції закономірностей розвитку системи мотивації; структурно-логічного та конструктивно-функціонального аналізу – при систематизації статистичних параметрів управління соціально-трудовою сферою на рівні макросистеми; когнітивному та структурно-інформаційному підходу – ідентифікації параметрів, які визначають сутнісно-змістовний контекст засад макросистеми управління соціально-трудовою сферою.

Результати дослідження. Деформованість мотивацій сприяла зміщенню акценту в бік тільки матеріальної зацікавленості працівників у результатах своєї діяльності, оскільки можливості суспільства не утворювали адекватного потребам соціального поля для особистісної реалізації [1]. Трансформація нормативно-ціннісної системи, виникнення нових видів праці, забезпечення нових соціальних стандартів та балансу інтересів різних груп населення сприяє видозміні структурної регуляції системи мотивації праці.

Зміщення соціально-економічних координат інструментів мотиваційного управління під впливом інституціонального середовища, зрушення в структурі зайнятості населення та рівня розвитку інтелектуалізації трудової діяльності призводить до трансформації класичного механізму управління трудовим потенціалом. На думку Клейнера Г.Б, природа мотивів економічного агента на макрорівні визначається трьома основними системами: системою інститутів, системою інтересів і системою очікувань, які забезпечують певну структурну узгодженість у закономірностях розвитку ціннісно-мотиваційних компонентів профілю персоналу та гомеостатичність потреб відповідно до рівнів ієрархії.

Управління мотивацією на макрорівні охоплює засади соціально-економічного розвитку трудового потенціалу, нормативно-правового забезпечення та регулювання трудової діяльності, соціокультурної та демографічної політики, що сприяє вирівнюванню ціннісних орієнтацій та забезпечує впровадження тенденцій соціалізації трансформаційної економіки.

Площина покриття управління на макрорівні – інституціональне забезпечення, тобто правила, сформовані формальними та неформальними утвореннями суспільно-економічних формацій, які впливають на поведінку учасників ринку; інститути (організаційно оформлена система правил і норм, які консолідовано у формі організацій (підприємства, інфраструктура, державні органи), закони (нормативно-правові акти) та функції-правила (ринок, ціноутворення, конкуренція, праця, власність).

Зростання рівня соціальних та економічних стандартів, лібералізація правового регулювання трудових відносин, асиметрія інформаційного забезпечення закономірностей реалізації соціально-економічних процесів, гістерезис мотиваційно-цільових орієнтирів та дискретні інституційні зміни засад суспільної організації праці сприяють комплементарності системи мотивації праці, що доповнюються архітектонікою ціннісно-цільових пріоритетів суспільства.

Превалювання інституціонального та комунітарного впливу на закономірності розвитку системи мотивації зумовлено історичними особливостями розвитку державного устрою країни, патерналізмом у структурі взаємовідносин «держава-суспільство-індивід», принципом холізму у розвитку індивідуальності, адаптивністю ціннісно-раціонального характеру праці встановленим формальним та неформальним правилам економічної культури.

Регресори впливу на зміну моделей мотивації управління на макрорівні визначаються закономірностями розвитку соціально-економічних систем, суспільним поділом праці та структурою продуктивних сил економіки, рівнем інституціонального забезпечення та паритетною спрямованістю у формуванні ціннісно-системної моделі. Існуючі розриви між попитом та пропозицією на ринку праці безпосередньо впливають на соціальні стандарти та гарантії зайнятості активно-трудоного населення, дисбаланс між рівнем середньої заробітної плати та купівельною спроможністю, що спричиняє диференціацію доходів та обмеження у доступі до суспільних благ, невідповідність освітньо-кваліфікаційній структурі персоналу потребам регіональних ринків праці, що зумовлює демотиваційний характер трудової діяльності праці та деструктиви в системі соціально-трудоного відносин.

Слабкість інститутів державного регулювання: невідповідність сфери професійної освіти потребам ринку праці (рис. 1), відсутність державного планування розвитку ринку праці, скорочення масштабів перерозподільної політики посилило економічну, соціальну диференціацію та рецесію дематеріалізованої складової системи мотивації праці. Особливість розвитку українського ринку праці полягає у тому, що попит на кваліфікованих спеціалістів інтелектуальної праці залишається відносно низьким.

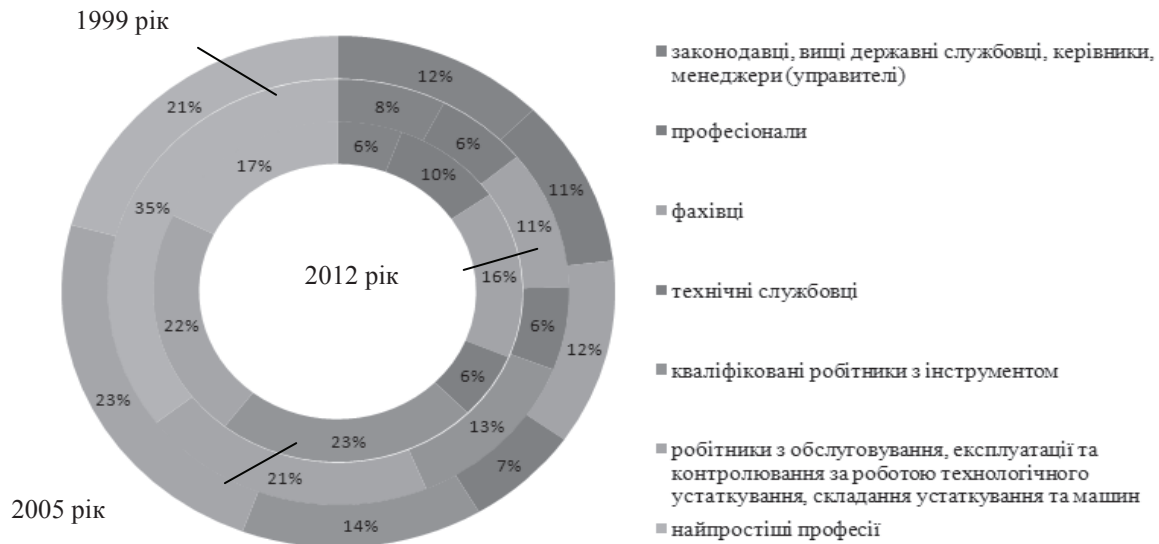


Рис. 1. Динаміка кількості незайнятого населення за професійними групами (сформовано на основі статистичної інформації джерела [2])

Інституційні та соціально-економічні засади формалізації управління на макрорівні мотивацією трудової діяльності представлено через систему параметрів, які визначають предметну сферу інструментів впливу щодо забезпечення паралелі між розвитком інституту ринку праці та

трансформаційними змінами в економіці праці та соціально-трудових відносинах. Мотиваційна узгодженість об'єктно-цільового управління соціально-трудовою сферою забезпечується економічною, соціальною та інституціональною підсистемами (таблиця), які визначаються декомпозицією аналітичних параметрів з позиції генерації нових проєкцій та закономірностей у забезпеченні розвитку трудових ресурсів.

Економічна підсистема управління соціально-трудовою сферою регулює тенденції зміни у забезпеченні зайнятості економічно активного населення, рівні охоплення трудовою діяльністю за віковими групами, засади розвитку зайнятості трудових ресурсів у неформальному секторі економіки та політику формування доходів. Тенденція проаналізованих макроекономічних показників свідчить про зростання соціальної напруги, плинності кадрів та дисбаланс між матеріальним забезпеченням та рівнем життя: на 10 % збільшилося навантаження на 1 робоче місце; на 6,4 % - рівень залучення трудового населення до неформальної занятості за 2008-2013 роки. Незначне збільшення обсягів зайнятості пов'язане переважно з розширенням неформального сектора та сектора самостійної зайнятості. За даними офіційної статистики, чисте зростання робочих місць найбільше у таких видах економічної діяльності, як торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку, готельно-ресторанне господарство, фінансова діяльність, надання комунальних та індивідуальних послуг, будівництво. Відповідно до прийнятих європейських норм, цільовий рівень зайнятості становить 75% від загальної кількості економічно активного населення.

Соціальна складова макросистеми управління мотиваційним змістом соціально-трудових відносин характеризується якісними параметрами трудового життя та забезпечує політику регулювання масштабів трудової міграції. Соціальне забезпечення трудових відносин є передумовою розвитку трудового потенціалу та формування активної політики зайнятості населення, яка забезпечує відтік трудових ресурсів за межі країни. Отримані статистичні оцінки якості трудового життя є досить умовними (суб'єктивними) й не дозволяють функціонально описати залежність та величину їх впливу на відповідну сферу.

Інституціональна підсистема забезпечує регламентацію соціально-трудових відносин в межах існуючого нормативно-правового поля, нових форм праці та зайнятості населення.

Основними причинами, які продукують підвищення попиту на нові форми нестандартної праці – це структурні зрушення в процесі переходу від масового конвеєрного виробництва до виробництва, що притаманне постіндустріальній економіці (економіці знань); посилення глобальної конкуренції; значне розширення сектору послуг; небувалі масштаби застосування інформаційних та комунікаційних технологій; наростання гнучкості ринку праці й виробництва; поступове перетворення «людини економічної» на «людину творчу»; підвищення значущості нематеріальних мотивів у поведінці людей та їх життєдіяльності загалом.

За сучасних умов у межах запозиченої праці виокремлюють аутсорсинг, аутстафінг та лізинг персоналу. Згідно з проведеними дослідженнями в Україні частіше на аутсорсинг передають: ІТ-послуги (40,5 %), логістику (35,1 %), ресурсне забезпечення виробничих процесів (27 %), маркетингові послуги (21,6 %), рекрутмент (18,9 %), бухгалтерський облік (13,5 %), розрахунок заробітних плат (13,5 %), обробку й систематизацію інформації (8,1 %), аутсорсинг медичних представників (8,1 %), облік кадрів та кадровий супровід (5,4 %), адміністративні функції (2,7 %). Співвідношення використання видів запозиченої праці в Україні можна простежити за такими даними. Найбільш затребуваними є послуги з надання тимчасового персоналу для короткострокових проєктів – 48,4 %, послуги з надання персоналу на довгострокові проєкти посідають 35,5 %, послуги з аутстафінгу – 29 %, а послуги з аутсорсингу – 12,9 % [7].

Обґрунтування закономірностей розвитку системи мотивації трудової діяльності забезпечено розробкою семантичної моделі, що містить елементи когнітивного та структурно-інформаційного підходів щодо ідентифікації параметрів, які визначають сутнісно-змістовний контекст засад макросистеми управління соціально-трудовою сферою. Параметричне узгодження складових управлінських блоків макросистеми забезпечує поєднання предикативних умов, які детермінують закономірності прояву горизонтальної інституції в процесі формування критеріальних показників ідентифікації систем мотивації праці (рис.2).

Агрегація детермінант та виокремлення семантичних зв'язків між ними дозволяє формалізувати їх взаємодію у проєктовані системи, які репрезентують закономірності прояву політики регулювання щодо розвитку соціально-трудової сфери. Визначені підсистеми забезпечення є відкритими та можуть бути доповнені в залежності від поставлених завдань дослідження.

Соціальна підсистема упорядковує трудові відносини відповідно до регламентованих стандартів якості трудового життя та забезпечує передумови формування дематеріалізованих складових в процесі забезпечення мотиваційних важелів управління. Превалювання параметрів економічної підсистеми у порівнянні з соціальними забезпечує розвиток інструментального типу системи

мотивації праці, основним мотивом якого є ціна праці, а не можливості саморозвитку, що призводить до пасивної (деструктивної) соціально-трудової поведінки, зростання рівня відтоку кадрів, зниження якості трудового життя.

Узгоджена комбінація параметрів соціально-економічних підсистем управління забезпечує розвиток професійно-патріотичного типу системи мотивації праці, яка ґрунтується на стандартах забезпечення якісного трудового життя, інтелектуалізації праці та лібералізації трудових відносин та створює передумови до активної (конструктивної) трудової поведінки.

Розвиток інституціональної підсистеми формалізує закріплення нових форм зайнятості, забезпечує упорядкування соціально-трудова відносин в межах єдиного правового поля.

Таблиця

**Систематизація статистичних параметрів управління
соціально-трудова сферою на рівні макросистеми [2,3,4,5]**

	Параметри	Умовні позначення	Показники	Значення показників		
				2003 рік	2008 рік	2013 рік
Економічне забезпечення	зайнятість	З1	рівень зайнятості, %	56,7	59,3	60,3
		З2	рівень занятості за віковими групами, років:			
		В1	15–24, %	33,9	37,3	32,5
		В2	25–29, %	74,7	76,4	73,8
		В3	30–39, %	78,0	81,5	79,8
		В4	40–49, %	78,0	79,8	80,5
		В5	50–59, %	60,5	61,0	63,8
		В7	60–70, %	19,7	21,8	23,8
		З3	коефіцієнт обороту робочої сили, %:			
		Р1	по прийому	25,3	28,5	26,4
		Р2	по звільненню	29,5	32,8	30,3
		З4	рівень участі населення у неформальному секторі економіки, %	17,2	21,8	23,2
		З5	навантаження на одне робоче місце	1/7	1/10	1/11
		З6	рівень безробіття, %	8,2	6,3	7,2
	З7	співвідношення між попитом і пропозицією робочої сили на ринку праці	1:7,26	1:9,6	1:10,8	
	матеріальне благополуччя	М1	індекс реальної заробітної плати, %	115,2	106,3	114,4
М2		середньомісячна заробітна плата, грн.	462,27	1806	3265	
Соціальне забезпечення	якість трудового життя	Як1	рівень безпечності умов праці, %	70,5	64,21	x
		Як2	рівень соціальної захищеності на роботі	x	24,8	x
		Як3	рівень забезпечення відповідності умов праці санітарно-гігієнічним нормам, %	92,02	93,55	94,18
	міграція	Мі1	коефіцієнт інтенсивності чистої міграції	-0,5	0,32	1,36
Інституціональне забезпечення	трудова відносини	Тр1	кількість працівників, які охоплені трудовими договорами, % до кількості штатних працівників	18,1	12,5	13,6
		Тр2	кількість працівників, які нестандартно зайняті, % до кількості зайнятого населення	x	x	x
		Тр3	кількість працівників, які самозайняті, % до кількості зайнятого населення	21,35	18,59	19,73

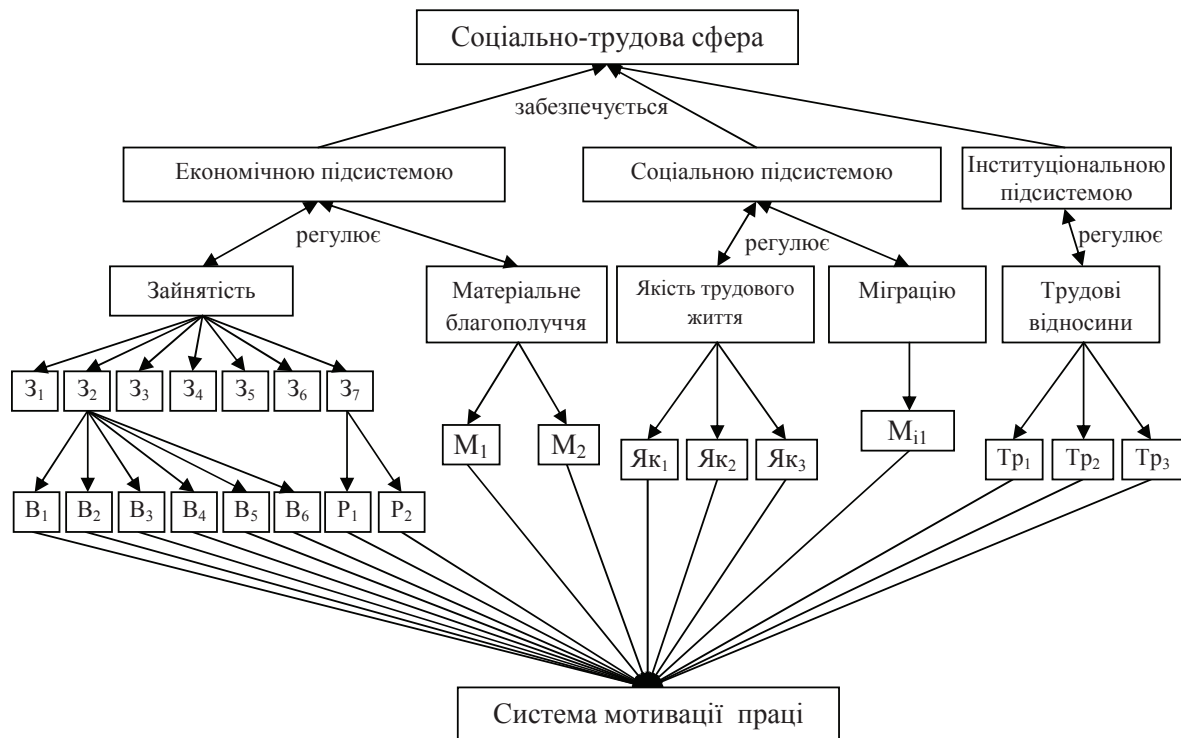


Рис. 2. Модель управління мотивацією праці на основі семантичного підходу

Висновки. Систематизовані теоретичні засади щодо сфери управління системою мотивації праці на макрорівні дозволяють визначити композиційний зміст параметрів управління соціально-трудою сферою та таксономію стимулюючих факторів трудової поведінки в залежності від рівня узгодженості інтересів «держава-індивід». Розроблена семантична модель є засобом інтерпретації системно-логічної ув'язки політики регулювання соціального, економічного та інституціонального забезпечення соціально-трудою сферою задля визначення відповідної проєкції системи мотивації праці та соціально-трудою поведінки.

Отримані результати дослідження зумовлюють формування наукового базису, який пояснює причинно-наслідкові зв'язки в переорієнтації цінностей від матеріалізованих до постматеріалістичних в системі мотивації праці.

Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі є проведення функціонального аналізу параметрів підсистем управління соціально-трудою сферою; обґрунтування відповідності між типом системи мотивації праці та розвитком соціально-економічного та інституціонального забезпечення.

Література:

1. Татомир І.Л. Поступ системи мотивації: від матеріалізації до пост матеріалістичних цінностей / І. Л. Татомир // Економічна теорія. – 2011. – № 2. – С. 47 – 57.
2. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2013 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – К.: НІСД, 2013. – 576 с.
3. Економіка праці та соціально-трудою відносини: підручник / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2009. – 711с.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
6. Державна служба України з питань регуляторної політики. – Режим доступу <http://www.dkrp.gov.ua/>.
7. Новак І. Нестандартная занятость в Украине: социальные риски и контрстратегии профсоюзов [Електронний ресурс] / Б. Оверковский, И. Новак. – 22 с. – Режим доступу: <http://www.fes.kiev.ua>. – Заголовок з екрана.
8. Ринок праці та зайнятність населення: проблеми теорії та виклики практики [Текст]: кол. моногр. / ред.-координатор М. В. Туленков. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 363 с.
9. Украина: Анализ востребованности и оценка качества услуг аутсорсинга [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.hrd.com.ua/index.php/news/626-2012-09-03-12-07-04>. – Заголовок з екрана.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КЛАСИФИКАЦИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

THEORETICAL APPROACHES TO THE CLASSIFICATION OF INFORMATION SYSTEMS FOR ENTERPRISE MANAGEMENT

Статтю присвячено аналізу теоретичних підходів до класифікації інформаційних систем управління підприємством у контексті виконуваних ними функцій та інших ознак класифікації. Проаналізовано підходи до класифікації інформаційних систем управління підприємством. Надано характеристику різним видам технологій відповідно до виконуваних функцій. Визначено загальні принципи, на яких має базуватись створення інформаційних систем управління та внутрішня логіка взаємодії їх елементів. Розглянуто, як саме впливає на побудову інформаційної системи структура інформаційних потоків підприємства. Виділено ознаки інформаційних систем, які характеризують організаційну структуру складних високотехнологічних виробництв. Наведено перелік завдань, на вирішення яких вони мають бути спрямовані. Запропоновано ресурсний підхід до розуміння ефективного використання інформації в управлінському процесі на основі оцінки технологічних алгоритмів обробки даних в інформаційних системах. Наведено особливості та перспективи сучасного ринку інформаційних технологій, призначених для управління підприємством відповідно до основних існуючих концепцій.

Ключові слова: управління підприємством, інформаційні технології, класифікація інформаційних систем, управлінська інформація, інтеграція інформаційних потоків.

Статью посвящено анализу теоретических подходов к классификации информационных систем управления предприятием в контексте выполняемых ими функций и других признаков классификации. Проанализированы подходы к классификации информационных систем управления предприятием. Дана характеристика различным видам технологий, в соответствии с выполняемыми функциями. Определены основные принципы, на которых должно базироваться создание информационных систем управления и внутренняя логика взаимодействия между элементами системы. Рассмотрено влияние на построение информационной системы структуры информационных потоков предприятия. Выделены признаки информационных систем, характеризующие организационную структуру сложных высокотехнологических производств и приведен перечень задач, на решение которых они должны быть направлены. Предложен ресурсный подход к пониманию эффективного использования информации в управленческом процессе на основе оценки технологических алгоритмов обработки данных в информационных системах. Рассмотрены особенности и перспективы современного рынка информационных технологий, предназначенных для управления предприятием в рамках основных существующих концепций.

Ключевые слова: управление предприятием, информационные технологии, классификация информационных систем, управленческая информация, интеграция информационных потоков.

In this article we analyse the theoretical approaches to the classification of information management systems. We classify them according to the functions and other features of classification. The article analyses the approaches to the classification of information management systems, describes the different types of technology, according to the functions performed. We resumed the general principles on which management information systems and internal logic of interaction between their elements will be based. We consider how the structure of information flows of the company affects the construction of information

system. The article highlight features of information systems that characterize the organizational structure of complex high-tech industries and provides a list of problems on which decision they should be directed. It was developed the resource approach to understanding the effective use of information management process based on evaluation of technological processing algorithms in the information systems. Described the peculiarities and prospects of the market of information technologies intended for management, according to the existing approaches.

Key words: business management, information technology, classification of information systems, information management, integration of information flows.

Вступ. Економіка посткризового періоду потребує інноваційних підходів для розвитку перспективних галузей науки та техніки у процесі створення інноваційної продукції. Варто наголосити, що ця продукція має відповідати високим стандартам якості. Процес розробки інноваційних підходів для потреб виробництва пов'язаний із збиранням, агрегацією та обробкою значних обсягів даних. Обробка значного масиву даних, які сформовані у процесі вивчення виробничо-комерційної діяльності підприємства в сучасних умовах ускладнена без якісної та своєчасної технологічної підтримки з використанням інформаційних систем. Тому одним із ключових завдань вдосконалення функціонування підприємства є ефективне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у процесі організації виробничо-комерційної діяльності.

Тему застосування ІКТ в управлінні підприємствами досліджували низка вчених, серед яких такі: О. Г. Дзьоба, О. П. Романко, Г. Ю. Бібік, Н. В. Бойко, А. М. Гафіяк, С. В. Домашенко, М. О. Левченко.

Актуальність дослідження проблем застосування ІКТ в управлінні підприємствами також підтверджується значним зростанням обсягу ринку нових інформаційних продуктів та активним їх застосуванням в провідних компаніях. Вплив інформаційних технологій на динаміку зростання якості продукції підприємств, особливо у високотехнологічних сферах, буде зростати в найближчі роки [1].

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування ролі та принципів застосування інформаційних технологій в управлінні наукомісткими підприємствами в контексті їх класифікації за ступенем інтеграції різних інформаційних потоків, функцій підприємства та виконуваними задачами, а також визначення принципів і підходів до роботи з інформаційними потоками внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Методологія. Обґрунтування теоретичних викладок і висновків здійснювались на основі системно-функціонального та структурного підходів до аналізу інформаційних потоків підприємства. Інформаційною базою дослідження є статті та монографії, в тому числі, розміщені на веб-сторінках.

Результати дослідження. Застосування ІТ в бізнесі вважається ефективним інструментом для досягнення цілей компанії. У процесі впровадження на підприємстві новітніх розробок у даній сфері слід підтримувати необхідний баланс між витратами на ІТ і їх ефективністю у досягненні стратегічних цілей. Застосування інформаційних технологій в управлінні сучасним підприємством спрямоване на вирішення наступних завдань:

- своєчасно та якісно здійснювати збирання, систематизацію, облік та обробку необхідної інформації на різних рівнях функціонування підприємства;
- підвищувати рівень інтенсивності збору та обробки інформації;
- скорочувати необхідну кількість залученого до роботи з інформацією персоналу, оптимізувати завдяки цьому структуру витрат часу та інших ресурсів;
- забезпечувати керівників підрозділів достовірною, якісною та своєчасною інформацією;
- підвищувати рівень ефективності прийняття управлінських рішень.

Оскільки інформація є одним із найважливіших ресурсів сучасного бізнесу, роль інформаційних технологій в отриманні якісної інформації зростає. Критерії визначення якості інформації на даний час розробляються науковцями, але єдина система цих критеріїв поки що не сформована. Так, виділяють різноманітні види інформації, існують підходи до визначення принципів класифікації видів інформації за заданими критеріями (рисунок). У даному дослідженні розглядається саме економічна та управлінська інформація і методи роботи з нею.

Економічна інформація – це така інформація, яка характеризує виробничі відносини та їх взаємозв'язок. До цієї категорії, якщо розглядати її більш широко, можна віднести всю сукупність даних, які характеризують функціонування економічної системи та управління нею, включаючи в себе наступні етапи: планування; облік; контроль; регулювання (безпосередньо на об'єктах господарювання).



Рисунок. Класифікація інформаційних систем управління підприємством

Ці дані мають відповідати таким критеріям, як: піддаватись чіткій фіксації та передачі, підлягати перетворенню, обробці та зберіганню. Тобто, виходячи з вищесказаного, під економічною інформацією розуміють дані, які знаходяться у процесі циркуляції всередині економічної системи (підприємства). Це можуть бути, наприклад, дані про виробничі процеси, матеріальні ресурси, процеси управління, фінансові та організаційні аспекти виробництва.

Управлінська інформація – це вид інформації, що включає в себе, як найважливішу підмножину, економічну інформацію і містить відомості про процеси розподілу, обміну та споживання ресурсів, забезпечуючи виконання завдань організаційно-економічного управління на конкретному рівні господарювання. Така інформація може включати в себе економічні, технологічні, соціальні, юридичні, демографічні та інші пов'язані види даних.

Стосовно *економічної та управлінської інформації* то характеристиками цих видів інформації на підприємстві є наступні:

- великий обсяг даних;
- багаторазове повторення окремих циклів та операцій обробки;
- значна варіація рангів показників та рівня джерел їх отримання в структурі організації;
- значна частка здійснення логічних операцій у процесі обробки [1].

Залежно від методики отримання інформації та її функціонального призначення можна поділити економічну інформацію підприємства на такі групи: облікова або описова інформація, прогнозна, ймовірнісна, дискретна, випадково отримана, пропагандистська.

З усіх приведених груп основною є *облікова інформація*. Облікова інформація відповідає принципам багатократності використання, концентрації, цілеспрямованості та аналітичного використання. Під час обробки облікової інформації характерне переважання масових обчислень за формалізованими стандартними алгоритмами, які повторюються з певною циклічністю. Структура облікової інформації має вигляд піраміди показників в основі якої знаходяться інформаційні одиниці, які не підлягають подальшому логічному розчленуванню та деталізації. Показники, які знаходяться в основі піраміди є зручними для реєстрації.

Вищесказане поступово підводить до визначення поняття інформаційних систем управління підприємством і розробки системи їх класифікації. Інформаційні системи управління підприємством

мають свої характерні класифікаційні ознаки: за призначенням, за видом і режимом роботи, за типом інформаційної мови, за ступенем охоплення функцій підприємства тощо (рис. 1).

Якщо розглядати інформаційні системи, призначені для складного виробничого об'єкта, то можна виділити їх характерні ознаки, які відрізняють їх від інших за своїм призначенням систем. Такими ознаками є наступні:

- орієнтація на розробку та реалізацію управлінських рішень із допомогою використання обчислювальної техніки, віртуальних моделей процесів;

- взаємодія із користувачами на різних рівнях ієрархії управління підприємством;

- підтримка отримання та обробки інформації у режимі реального часу;

- задоволення потреби споживачів в отриманні якісної та своєчасної інформації.

Слід зазначити, що у процесі проектування інформаційної системи промислового підприємства слід передбачити розробку різних режимів обробки даних і представлення необхідної інформації користувачу. Для того, щоб зрозуміти коло тих проблем, які постають при забезпеченні ефективної роботи сучасного промислового підприємства, слід розглянути інформацію як один із ресурсів виробництва. Як і всі ресурси виробництва, інформація потребує виконання певних «технологічних» алгоритмів у процесі перетворення первинної вхідної сировини на готовий для споживання продукт. Правильне закладення алгоритмів обробки інформації повинно бути здійснене на самому початку проектування системи. При цьому слід дотримуватись методології створення інформаційних систем.

Методологія створення інформаційних систем управління роботою підприємства – це сукупність взаємопов'язаних принципів і методів, які забезпечують виконання наступних вимог:

- надають можливість створювати ІС відповідно до цілей організації і методів автоматизації ділових процесів;

- здійснюють це у відведений проміжок часу, із дотриманням обмежень бюджету проекту;

- надають можливість підтримувати супроводження роботи системи, її модифікацію та «наращування», відповідно до динамічних змін зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;

- надають можливість дотримуватись при створенні системи вимог відкритості та масштабу підприємства;

- забезпечують можливість інтеграції новоствореної системи з базами даних і технікою, які вже існують на підприємстві;

- знижують складність процесу створення інформаційної системи, застосовуючи оптимізацію на кожному етапі її створення і експлуатації.

Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у сфері управління машинобудівними підприємствами має свої характерні риси. У даний час існують наступні особливості при впровадженні інформаційних технологій на вітчизняних підприємствах сфери машинобудування:

- постійне зростання обсягу технологічних пропозицій на ринках, що зумовлює потребу в інвестиціях і посилює залежність підприємств від зовнішніх послуг постачальників програмного забезпечення [2];

- перетворення ІКТ з допоміжної функції у ключову складову нового продукту та важливий елемент виробничих потужностей;

- значне зростання витрат у сфері ІКТ.

З огляду на вищезазначені особливості, при застосуванні інформаційних технологій в управлінні машинобудівними підприємствами слід дотримуватись принципів систематизації інформаційних потоків, а саме:

- забезпечення достовірності та повноти обліку в інформаційних системах всіх аспектів виробничо-комерційної діяльності підприємства;

- мінімізація інформаційного шуму та відбір оптимального обсягу інформації;

- забезпечення взаємозв'язку між потоками зовнішньої та внутрішньої інформації;

- забезпечення ефективного процесу прийняття рішень на всіх рівнях ієрархії управління [2].

Особливості застосування ІКТ з метою управління роботою машинобудівних підприємств зумовлюють найбільш поширені види ІКТ на підприємствах машинобудування, відповідно до виконуваних функцій. Такими видами ІКТ є наступні: зберігаючі, раціоналізуючі, творчі, професійні. Зберігаючі ІКТ призначені для економії витрат ресурсів виробництва, але не мають суттєвого впливу на стан і рівень функціонування підприємства. При цьому вони, зазвичай, здійснюють передачу інформації між різними елементами та структурними підрозділами підприємства без контролю за суттю цієї інформації та цільовим її використанням.

Раціоналізуючі системи ІТ здійснюють контроль за змістом та використанням інформації.

Існують також творчі ІТ, які надають можливість продукувати нові знання та здійснювати обмін ними, використовуються для постійного вдосконалення процесу управління. Професійні ІТ призначені для підготовки необхідної інформації для конкретних керівників і спеціалістів [2]. Вони також відповідають за розподіл функціонального навантаження між залученими до проекту спеціалістами та керівниками підрозділів.

Ефективне використання інформаційно-комунікаційних технологій в управлінні вітчизняними машинобудівними підприємствами є важливим кроком для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств галузі. Це зумовлено значними можливостями для скорочення строків проектування, підвищення рівня якості продукції та зростання рівня продуктивності праці при використанні ІТ [3; 4].

На світовому ринку попит на інформаційні технології з боку підприємств машинобудування залишається невисоким. Це зумовлено такими факторами, як значна насиченість підприємств галузі технологіями, високі витрати на впровадження та інтеграцію нових технологій у сформовану структуру машинобудівного виробництва. Серед цілей, яких закордонні підприємства прагнуть досягти шляхом впровадження ІТ, ключовими є підвищення рівня ефективності виробництва, зростання продуктивності праці, оптимізація роботи з клієнтами та постачальниками. При цьому перед підприємствами стоять наступні завдання:

- досягнення прозорості попиту та можливості швидко реагувати на коливання ринкової кон'юнктури;
- оптимізація взаємодії із клієнтами та автоматизація обробки замовлень;
- швидке та економічне виведення нових продуктів на ринок;
- зростання прибутку від продажу продуктів підприємства через розширення функцій обслуговування проданої техніки;
- оптимізація ланцюжків поставок і роботи з постачальниками;
- покращення взаємодії з клієнтами та оптимізація витрат на кожного клієнта;
- координація системи закупівель підприємства через здійснення всебічного аналізу витрат та їх впливу на результати роботи [1].

На відміну від основних тенденцій світового ринку, в Україні протягом останніх років темпи зростання впровадження ІТ на підприємствах перевищують світові удвічі. Причиною цього є те, що більшість підприємств уже пройшли етап вкладення інвестицій у підтримуючі ІСУ і зараз орієнтуються на створення виробничих ІСУ. У подальшій перспективі це надасть можливість досягти більш високого технологічного рівня [5, с 142]. Важливість застосування новітніх ІСУ у вітчизняному машинобудуванні зумовлюється також складною ситуацією, яка викликана невідповідністю параметрів якості продукції високим вимогам зовнішніх ринків. Впровадження інновацій, зокрема у сфері управління, надало б можливість стимулювати процес підвищення рівня якості вітчизняної продукції [6, с 14].

Висновки. У результаті проведеного дослідження принципів застосування інформаційно-комунікаційних технологій в процесі управління наукомісткими підприємствами зроблено наступні висновки:

1. Встановлено, що сучасне теоретико-методологічне забезпечення щодо застосування інформаційних технологій в управлінні підприємствами високотехнологічних галузей, в умовах економічної нестабільності та високих вимог до якості продукції на міжнародних ринках, не надає можливості відповісти на всі виклики, які стоять перед сучасним підприємством. Тому в даній сфері досліджень є значна кількість невирішених питань, особливо в контексті оптимізації виробничо-комерційної діяльності підприємства із застосуванням ІТ.

2. Визначено, що ефективне управління підприємством з метою оптимізації його виробничо-комерційної діяльності має базуватись на певних принципах, які впливають з особливостей побудови «сітки» інформаційних потоків підприємства (**наукова новизна**) та їх відображення у віртуальному середовищі з допомогою ІТ. Аналіз наукових джерел надав можливість сформулювати дані принципи, серед яких основними є:

- можливість створювати ІС відповідно до цілей організації та методів автоматизації ділових процесів;
- створення ІС у відведений проміжок часу, з дотриманням обмежень бюджету проекту;
- наявність можливостей щодо супроводження роботи системи, її модифікації та «нарощування», відповідно до динамічних змін зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства;
- наявність можливостей щодо дотримання при створенні інформаційної системи вимог відкритості та масштабу підприємства;

– забезпечення інтеграції новоствореної системи з базами даних і технікою, які вже існують на підприємстві;

– зниження складності процесу створення інформаційної системи, шляхом застосування методів оптимізації на кожному етапі її створення та експлуатації.

3. На прикладі класифікації показано, що принципи проектування, впровадження та застосування інформаційних систем управління підприємством зумовлюють функціональну відмінність між різними інформаційними системами. Запропонована модель класифікації інформаційних систем надає можливість більш детально зрозуміти дані принципи в теоретичному та прикладному контексті.

4. Розглянуто основні тенденції розвитку ринку інформаційних технологій управління підприємством в контексті наявної динаміки застосування ІТ на машинобудівних підприємствах України. Наявні тенденції вказують на те, що дана сфера ринку в Україні ще далеко до свого насичення. Тому впровадження інформаційних систем управління на машинобудівних підприємствах в Україні має значні перспективи, оскільки надасть можливість значно підвищити рівень продуктивності праці та якості продукції.

Перспективами подальших досліджень є розробка організаційно-економічного механізму впровадження інформаційних систем управління та методів техніко-економічного обґрунтування доцільності та ефективності їх впровадження, на рівні окремих підприємств.

Література:

1. Дзьоба О. Г. Використання інформаційних технологій в машинобудуванні як аспект підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / О. Г. Дзьоба, О. П. Романко // . – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN

2. Левченко М. О. Використання інформаційних технологій в управлінні ризиками машинобудівних підприємств. [Електронний ресурс] / М. О. Левченко // . – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJR

3. Дикань В. В. Закономірності розвитку машинобудівного комплексу України в сучасних умовах. [Електронний ресурс] / В. В. Дикань // . – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJR

4. Терехов Д. С. Стратегія розвитку інформаційної інфраструктури машинобудівного підприємства. [Електронний ресурс] / Д. С. Терехов // . – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN

5. Кіндзерський Ю. В. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій. Монографія. [Електронний ресурс] / Ю. В. Кіндзерський, М. М. Якубовський // . – Режим доступу : <https://books.google.ru/books?id=SSF6BAAAQBAJ&pg=PA2&dq=Промисловий+потенціал+України:+проблеми+та+перспективи>

6. Промисловість і промислова політика України 2013: актуальні тренди, виклики, можливості. Науково-аналітична доповідь НАН України. [Електронний ресурс] / . – Режим доступу : <https://books.google.ru/books?id=I6xEVQAAQBAJ&pg=PA110&dq=6.%09Промисловість+i+промислова+політика+України+2013>

СУТНІСТЬ СКЛАДОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

СУЩНОСТЬ СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭЛЕМЕНТОВ МЕХАНИЗМА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

ESSENCE OF CONSTITUENTS MECHANISM CRISIS MANAGEMENT AT INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті досліджено теоретичні підходи до визначення поняття «механізм», «механізм управління», «господарський механізм», «механізм антикризового управління». Автором визначено, що вихідним, системооб'єднуючим доцільно вважати господарський, який складається з механізмів, спрямованих на врахування специфічних аспектів функціонування підприємства. У статті зазначено, що під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища нормальний стан функціонування підприємства може порушуватись, відхилятися від планових чи бажаних параметрів роботи. Такі ситуації вимагають формування і використання в рамках структурних елементів господарського механізму відповідних заходів, які будуть носити антикризовий характер. Основними елементами механізму антикризового управління запропоновано визначати: фактори впливу, діагностику кризових явищ на підприємстві, потребу у антикризового управління, мету, принципи, функції, методи та інструменти, нормативно-правове забезпечення, а також рівні управління. На відміну від існуючих визначень враховує цільове спрямування антикризового управління та деталізує його структурні елементи, які спрямовані на виявлення, недопущення та ліквідацію кризових явищ шляхом реалізації на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях управління.

Ключові слова: криза, підприємство, механізм, господарський механізм, механізм управління, антикризове управління, діагностика, методи, принципи, функції.

В статье исследованы теоретические подходы к определению понятий «механизм», «механизм управления», «хозяйственный механизм», «механизм антикризисного управления». Автором определено, что исходным, системообъединяющим целесообразно считать хозяйственный, состоящий из механизмов, направленных на учет специфических аспектов функционирования предприятия. В статье указано, что под влиянием факторов внешней и внутренней среды нормальное состояние функционирования предприятия может нарушаться, отклоняться от плановых или желаемых параметров работы. Такие ситуации требуют формирования и использования в рамках структурных элементов хозяйственного механизма соответствующие меры, которые будут носить антикризисный характер. Основными элементами механизма антикризисного управления предложено определять: факторы влияния, диагностику кризисных явлений на предприятии, потребность в антикризисного управления, цель, принципы, функции, методы и инструменты, нормативно-правовое обеспечение, а также уровни управления. В отличие от существующих определений учитывает целевое направление антикризисного управления и детализирует его структурные элементы, направленные на выявление, предупреждения и ликвидации кризисных явлений путем реализации на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях управления.

Ключевые слова: кризис, предприятие, механизм, хозяйственный механизм, механизм управления, антикризисное управление, диагностика, методы, принципы, функции

This article explores the theoretical approaches to the definition of «crisis management mechanism». The author determined that the source systems unifying advisable to consider the economic, which consists of mechanisms to take account of the specific aspects of the business. The article states that under the influence of factors external and internal environment of the normal state of operation of the business can be violated, deviate from planned or desired operation parameters. The article states that under the influence of factors external and internal environment of the normal state of operation of the business can be violated, deviate from planned or desired operation parameters. Such situations require creation and use in the structural elements of the economic mechanism for appropriate measures to be wearing an anti-crisis character. The main elements of crisis management mechanism suggested to determine: impacts, diagnose the crisis in the company, the need for crisis management, objectives, principles, functions, methods and tools, regulatory support and management level. Unlike existing definitions into account the purposes of crisis management and details of its structural elements that are designed to detect, prevent and eliminate the crisis by implementing strategic, tactical and operational levels of management.

Keywords: crisis, enterprise mechanism, economic mechanism, the mechanism of control, crisis management, diagnostics, methods, principles, functions.

Вступ. В умовах системної кризи національного господарства у керівників підприємств виникає потреба удосконалення методичного забезпечення оцінювання та формування відповідного механізму антикризового управління. Особливо гостро ця проблема стоїть перед промисловими підприємствами, серед яких, як свідчать аналітичні дані, кількість збиткових підприємств значно зростає у динаміці 2007-2013 рр. [18].

Проблематиці визначення та трактування поняття «механізм антикризового управління» присвячені дослідження авторів, як О.В.Василенко, Е.М.Коротков, Л.О. Лігоненко, О.М. Скібіцький, А.Д. Чернявський, З.Є.Шершньова та інші [1;9;11;25;29]. Серед зарубіжних вчених, механізм антикризового управління як елемент теорії антикризового управління досліджувалась І.Ансоффом, М.Месконом, А.Томпсоном, Й.Шумпетером, їх послідовниками та опонентами.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження складових елементів механізму антикризового управління підприємством.

Методологія. Теоретико-методологічну основу дослідження складають праці провідних вітчизняних та зарубіжних науковців з питань антикризового управління на підприємстві. На основі використання монографічного методу, методів наукової абстракції і узагальнення було обґрунтовано сутність механізму антикризового управління. Логічний і порівняльний методи, системний підхід забезпечили поетапне уточнення структурних елементів механізму антикризового управління на підприємстві, статистичний метод було використано для актуалізації питань реалізації механізму антикризового управління на підприємстві в сучасних умовах.

Результати дослідження. Термін «механізм» не зважаючи на широке використання залишається дискусійною категорією.

Як наукову категорію «механізм» виокремлював у своїх роботах уже мислитель і філософ Г. Гегель [5]. Він називав його формою об'єктивності теорії буття. У свою чергу німецький філософ, соціолог, економіст, політолог К. Маркс пов'язував поняття механізму з «капіталістичним способом виробництва», тобто розглядав механізм як взаємодію системи господарської організації і розвитку суспільства [10].

У техніці механізм визначається як сукупність штучних, рухомопоєднаних ланок, які здійснюють задані рухи, причому кожному положенню однієї ланки відповідає певне положення інших його ланок [21].

У економічній енциклопедії механізм розуміється як «...система, пристрій, спосіб, що визначає порядок діяльності, а також як – система певних елементів, що приводить у дію внутрішній пристрій машини, устаткування тощо» [7].

Історичне та етимологічне визначення механізму дає певне уявлення і про механізми, які, за визначенням ряду дослідників [10; 15; 25], утворюються в соціально-економічних системах, кожній із яких притаманні взаємопов'язані підсистеми, що об'єднують множину різних елементів. При цьому відповідне співвідношення суб'єктів управління, пов'язаних між собою комунікаційними каналами, утворює структуру системи і відображає статику менеджменту, а сукупність методів, технологій тощо – його механізм [19], тобто динаміку менеджменту.

Виходячи з подібних міркувань, загалом під механізмом доцільно розуміти сукупність методів, принципів, інструментів та функцій, які реалізуються для досягнення конкретних цілей та завдань

системи.

Підприємство - це відкрита система, яка є керованою, тому тут механізм слід розглядати як механізм управління.

У вітчизняній літературі, що стосується проблеми управління, містяться окремі підходи до визначення терміну «механізм управління».

Авторами [3] цей термін трактується переважно як внутрішня організація, сукупність станів і процесів, із яких складається управління як явище соціального життя, або як внутрішня організація системи управління, процес узгодження впливу суб'єктів управління на явища оточуючої соціальної дійсності та реалізацію в управлінській діяльності встановлених норм і правил поведінки [2].

Такий широкий спектр поглядів та позицій різних авторів на механізм управління формує певні загальні його ознаки, – проте не дає детального його розуміння та опису.

Цю проблему частково прагнув вирішити в наукових роботах Е. М. Коротков, який поняття механізму управління розглядав із позиції впливу управлінців на працівників. За його дослідженнями, механізм управління формується на основі взаємодії та поєднання різних важелів дії, до яких відноситься інтереси, цінності, установки, мотиви, побоювання працівника, стимули та соціально-психологічні норми щодо персоналу [1]. Проте, на нашу думку, такий підхід до формування механізму управління розкриває лише взаємодію керівника і підлеглого, а взаємодія керівника і такої соціально-економічної системи, як підприємство, підприємство та середовище не беруться до уваги, що не відображає управлінський процес у повній мірі.

Тобто механізм управління не повинен обмежуватися лише даними складовими. З огляду на це, варто врахувати ширше розуміння механізму управління М. М. Мартиненком, який виділяє у ньому процес управління, засоби реалізації цілей та рівні управління [11]. Але при цьому, на наш погляд, не враховуються умови його функціонування.

Дослідження наукових позицій [9;10;20;24] свідчать також і про різноманітність механізмів, які використовуються по відношенню до підприємства як системи та прагнення пояснити особливості його функціонування і управління ним: «господарський механізм», «економічний механізм», «організаційний механізм», «механізм управління» і т. д. Вищезазначені категорії, як свідчить аналіз, можуть бути різними за суттю, доповнювати одна одну, або ототожнюватися.

На нашу думку, варто говорити про те, що механізм управління є базовим по відношенню до ряду з цих видів механізму, тобто всі вони є механізмами управління за своєю природою, а їх назва лише виражає той аспект управління, на якому акцентовано увагу як на основному при вирішенні тих чи інших завдань системи. Крім того, серед вказаних механізмів управління вихідним, системооб'єднуючим доцільно вважати господарський. Подібна думка прослідковується у [12;14], де вказано, що господарський механізм є механізмом управління, який складається з механізмів, спрямованих на врахування специфічних аспектів функціонування підприємства.

Саме поняття господарського механізму набуло широкого використання, насаперед, на макрорівні, де науковці С. С. Ніколенко, Г. В. Саєнко, О. О. Папаїка визначають його як абстрактну суспільну систему, наповнену сукупністю зв'язків і відносин, що діють у суспільно-економічній системі держави [16]. Разом із тим, зміст господарського механізму розглядається як засіб управління суспільними й економічними процесами суспільства; при цьому автори не формують методів використання даних засобів управління.

На рівні підприємства господарський механізм розглядається найчастіше як сукупність організаційних форм і методів ведення господарювання, що включають систему планування, економічне стимулювання, структуру апарату управління, стилю його роботи [16]. Основу господарського механізму становлять система виробничих відносин, форм власності на засоби виробництва, загальні закономірності виробництва, розподілу, обміну та споживання [10]. Такий підхід до визначення господарського механізму спирається на економічні чинники і лише частково – на управлінські, що не дає підстав для розгляду господарського механізму як механізму, що забезпечує взаємодію складових, – з точки зору їх організації та управління.

У роботі [14] господарський механізм представляє собою сукупність механізмів, в основі яких лежать певні методи управління.

Коротко представимо механізми, що формують його структуру.

Економічний механізм підприємства, у якому можна виділити такі складові, як механізм формування і використання ресурсів (капіталу); механізм управління затратами; механізм управління фінансами; мотиваційний механізм; механізм взаємодії з ринком. Таким чином, економічний механізм підприємства, з одного боку, має забезпечувати зовнішні зв'язки останнього і створювати відповідні умови отримання доходу. З іншого боку, цей механізм спрямований на розвиток вироб-

ничих відносин усередині підприємства. У першому випадку його принципи цілком визначаються особливостями господарського механізму суспільства (домінуючою формою власності на засоби виробництва, існуючими системами ціноутворення, оподаткування, планування тощо), а в другому випадку — особливостями виробничих відносин на підприємстві. Різні аспекти економічних відносин (організаційних, технічних чи соціальних), соціальних відносин та нормативно-правового забезпечення.

Соціальна складова (механізм) господарського механізму включає сукупність способів, методів і показників, за допомогою яких удосконалюються соціально-політичні, соціально-технологічні, соціально-побутові, соціально-особистісні та інші відносини між людьми в процесі виробництва матеріальних благ.

Правовий механізм визначає спектр нормативно-правового забезпечення, який забезпечує легітимність функціонування підприємства та визначає порядок реалізації відносин всередині підприємства та ззовні (з контрагентами) (рис. 1).

Система управління на підприємстві

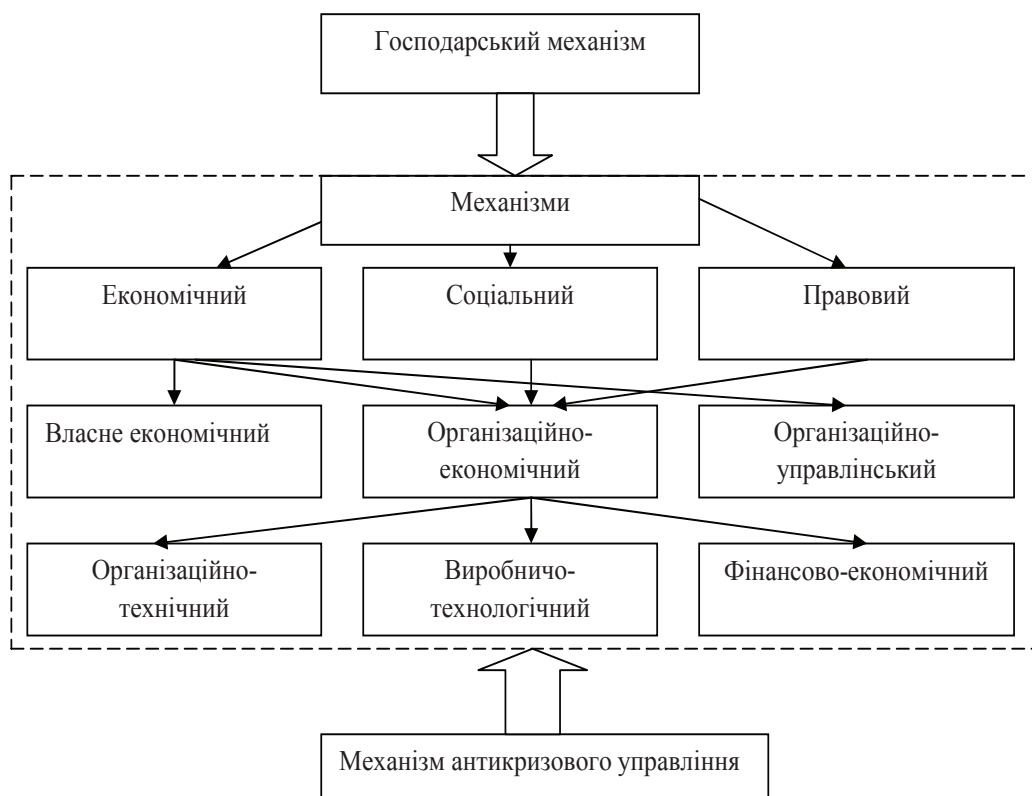


Рис. 1. Складові елементи господарського механізму в системі управління на підприємстві

При цьому складність їх структури дає можливість розглядати їх і як елемент господарського механізму і як самостійний об'єкт дослідження.

Таким чином, у рамках реалізації господарського механізму доцільно виділяти такі його складові, які у процесі діяльності підприємства забезпечують його стабільне функціонування (показники фінансового стану знаходяться в межах оптимальних значень; продукція підприємства конкурентоспроможна на ринку; відсутність ознак кризових явищ на підприємстві і т.п.), за якого підприємство здатне виконувати поставлені цілі, завдання, функції.

Під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища нормальний стан функціонування підприємства може порушуватись, відхилятися від планових чи бажаних параметрів роботи. Такі ситуації вимагають формування і використання в рамках структурних елементів господарського механізму відповідних заходів, які будуть носити антикризовий характер (рис. 1).

Сукупність таких заходів, методів, важелів та інструментів у науковій літературі розкривається через поняття механізму антикризового управління. Для конкретизації доцільно проаналізувати погляди вчених на його сутнісне бачення (табл. 1)

Узагальнене бачення поняття «механізм антикризового управління»

Автор	Сутнісне бачення
Гордієнко Т.В.	засіб виявлення кризових ознак на кожній стадії існування економічної системи, це система управління економічними відносинами між власниками, інвесторами, кредиторами, податківцями та ін. за допомогою важелів (системи показників), які є індикаторами, що характеризують стан фінансово-господарської діяльності, спрямована на впровадження відповідних стимулів, методів та заходів запобігання або усунення кризових явищ [7]
Павлова О.	сукупність принципів, законів та процедур, які забезпечують прийняття та реалізацію управлінських рішень щодо передбачення небезпеки кризи, аналізу її симптомів, заходів для зниження негативних наслідків кризи і використання її факторів для наступного розвитку [19]
Хлевицька Т.Б.	сукупність правил, процедур, методів, моделей, важелів і форм управління процесами запобігання, профілактики, подолання кризи, зниження рівня її негативних наслідків щодо діяльності підприємства, спрямованих на формування різномірних систем заходів запобігання виникненню та негативному впливу небезпек і загроз, а також збереження стабільності функціонування економічної системи [24]
Щербань І.О.	складна система, орієнтована на запобігання виникненню кризових явищ та усунення несприятливого впливу зовнішнього і внутрішнього середовища, що дозволяє зберегти і збільшити конкурентні переваги підприємства завдяки переважно власним ресурсам [27]
Скибицький О.М.	система дій на об'єкт з метою досягнення бажаного результату, що включає сукупність елементів, внутрішня взаємодія яких приводить механізм у рух [21].
Масенко Б.П., Афонченкова Т.М.	сукупність основних підсистем: підсистеми діагностики фінансового стану й оцінки перспективи розвитку бізнесу; підсистеми маркетингу; підсистеми антикризової інвестиційної політики; підсистеми управління персоналом; підсистеми виробничого менеджменту; підсистеми організації ліквідації підприємства; характеристики заходів щодо виходу із кризи [13]
Коротков Е.М.	механізм антикризового управління поділяється на два види: механізми попередження кризи на підприємстві та механізми усунення наслідків кризи, до яких відносять організаційні перетворення, управління ризиками, контролінг, інвестиційну політику та санацію [1]
Чернявський А.Д.	для ефективно організації управління на мікрорівні при виникненні кризових явищ і ситуацій необхідні такі дії: організація стратегічного (перспективного) планування; постійний моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища, виявлення ознак кризи, що загрожують діяльності підприємства; розробка попередніх заходів для зниження вразливості підприємства, у тому числі із запобігання аварій, екологічних загроз, природних катаклізмів (повеней, злив, зсувів тощо); створення резервів (фінансових, сировинних тощо); скорочення поточних витрат на виробництві; створення дублюючих систем управління; диверсифікація; трансформація організаційних форм управління; активна інноваційна політика як основний механізм виходу з кризи [26]

Враховуючи вищезазначені погляди сучасних вчених-економістів, у процесі дослідження визначено механізм антикризового управління як сукупність взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих елементів, узгоджена взаємодія яких сприяє виявленню, недопущенню та подоланню кризи, під впливом дії факторів зовнішнього та внутрішнього середовища (рис. 2). Основними елементами запропоновано визначати: фактори, діагностику кризових явищ на підприємстві, потребу у антикризового управління, мету, принципи, функції, методи та інструменти, нормативно-правове забезпечення, ресурси, а також рівні управління.

Діагностика кризових явищ здійснюються на початковому етапі для визначення потреби антикризового управління. Основними інструментами діагностики виступають: експрес-діагностика; моніторинг та оцінка загальних показників фінансового стану; діагностика із застосуванням

фінансового аналізу та методик оцінки ймовірності банкрутства; методи оцінки потенціалу підприємства (конкурентоспроможності підприємства); та здійснення інших додаткових заходів).

У процесі виявлення потреби антикризового управління визначається основна мета антикризових заходів - стан в майбутньому, котрий можливо змінити відносно теперішнього та варто, бажано або необхідно досягнути.

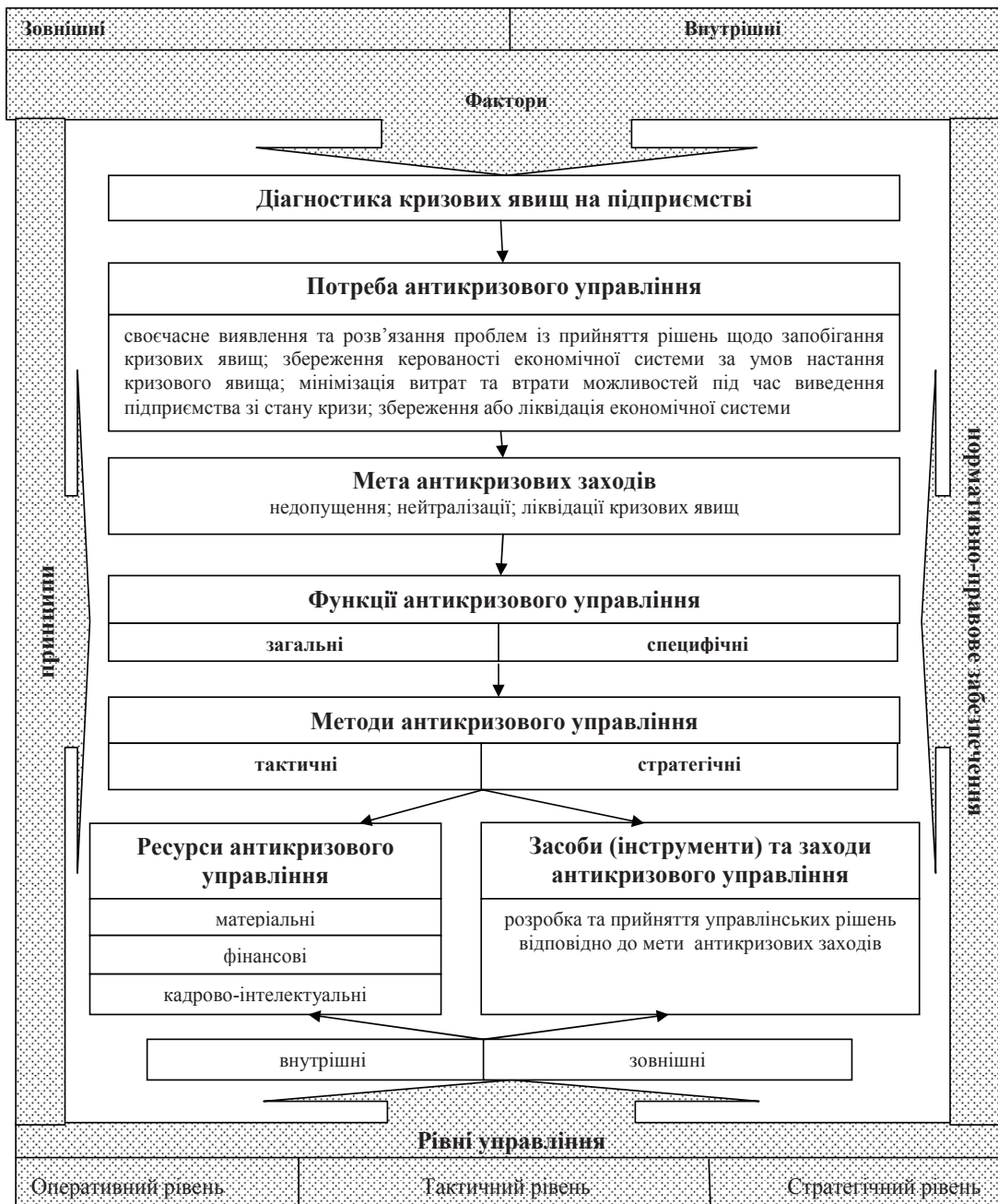


Рис. 2. Структура механізму антикризового управління
Джерело: складено автором

Розглянемо основні функції антикризового управління. Так, антикризове управління, як і будь-який інший вид управління, виконує п'ять основних функцій: планування; організацію; мотивацію, координацію та контроль за виконанням цілей. Прийняття рішення і комунікаційний процес є сполучними ланками між зазначеними функціями.

Крім цього О. Б. Афанасьева зазначає, що антикризове управління має ряд специфічних функцій [13]. У результаті аналізу наукової економічної літератури ми дійшли висновку, що вони є деталізацією основних функцій, враховуючи специфічність його сутнісних ознак та форм прояву (рис. 2).



Рис. 2. Специфічні функції антикризового управління (уточнено автором на основі [1;13;23])

Виконання цих функцій має специфічну спрямованість, яка полягає у своєчасній ідентифікації кризових явищ, що існують зовні та всередині підприємства, розробці та впровадженні заходів щодо запобігання, ліквідації або пом'якшення впливу негативних факторів на діяльність підприємства, прискореній та дієвій реакції на зміни в зовнішньому оточенні, розробці та введенні в дію інструментів в рамках складових елементів господарського механізму, які у критичній ситуації (наприклад, на межі банкрутства) могли б забезпечити вихід підприємства з такого стану з найменшими втратами.

Особливою функцією в системі антикризового управління виступає діагностика кризового стану підприємства. Слід зауважити, що вона є функцією і специфічною стадією антикризового управління. Це вихідний пункт для прогнозу альтернативного розвитку підприємства.

Враховуючи різноманітність кризових явищ та багатоваріантність їх прояву, можна використовувати різні методи антикризового управління як по відношенню до окремих параметрів кризового явища, так і до кризової ситуації в цілому. Це обумовлює необхідність їх класифікації (табл.2).

Методи першої групи (табл. 2) спрямовані на швидке покращення фінансових показників підприємства, тобто подолання наслідків кризи. Проте у більшості випадків цих методів недостатньо для усунення основної причини кризового стану – неефективної системи управління. А це потребує використання заходів більш тривалої дії. Тобто застосування стратегічних методів спрямовано на покращення якісних характеристик діяльності підприємств.

Результати застосування стратегічних методів підприємство відчуває, як правило, не одразу, проте вони змінюють сутність бізнесу, його якісні характеристики, такі, як конкурентоспроможність, інвестиційна привабливість, інноваційність тощо.

Розробка та прийняття управлінських рішень здійснюється відповідно до мети антикризових заходів (табл. 3).

Надзвичайно важливе місце у структурі механізму антикризового управління на підприємстві займає нормативно-правове забезпечення, яке можна розділити на дві групи: зовнішнє та внутрішнє.

Зовнішнє нормативно-правове забезпечення антикризового управління своєю метою має комплексне регулювання питань діяльності підприємства, а також його взаємозв'язків із заінтересованими сторонами в процесі його функціонування в кризовій ситуації. До основних нормативно-правових документів цієї групи варто відносити Конституцію України, Господарський Кодекс України, Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», «Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства», що затверджені Наказом Міністерства економіки України від 19 січня 2006 р. № 14 (у редакції наказу Міністерства економіки України від 26 жовтня 2010 р. № 1361).

Систематизація методів антикризового управління

Назва методу	Сутність	Мета
Тактичні		
Даунсайзинг	можливості підприємства адаптуватися до умов внутрішнього та зовнішнього середовища шляхом зменшення виробничих потужностей та чисельності персоналу підприємства відповідно до реального попиту та ринкових можливостей.	значне скорочення постійних витрат, зменшення собівартості продукції
Санація	сукупність заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного та соціального характеру, спрямованих на швидке покращення фінансових показників підприємства за рахунок зміни структури активів та пасивів підприємства	відновлення ліквідності та платоспроможності, а також, як і при реструктуризації, на відновлення прибутковості та конкурентоспроможності
Моніторинг	дослідження, оцінка та прогноз стану навколишнього середовища в зв'язку господарчою діяльністю підприємства	раннє виявлення кризи, яка насувається, та «слабких її сигналів»
Контролінг	функція у системі управління підприємством, яка аналізує та координує систему виконання виробничих програм у порівнянні з плановими показниками	прискорення виявлення кризових явищ
Стратегічні		
Диверсифікація	розширення сфери діяльності суб'єкта господарювання в будь-якому напрямі, щоб не бути залежним від одного ринку, застосовується на початку створення підприємства, при перших ознаках кризи	об'єднання у межах однієї організації різних стадій виробництва та розподілу, різних видів діяльності задля суттєвої економії витрат.
Регуляризація	формування системи стратегічного планування та управлінського обліку; створення комплексної системи фінансового контролю та планування; створення автоматизованої системи обліку; впровадження повноцінних маркетингових служб тощо	формування систем управління, спроможних вирішувати великий обсяг складних задач, пов'язаних із роботою в ринкових умовах, виходом на міжнародні ринки
Реінжиніринг	перепроєктування бізнес-процесів підприємства за рахунок скорочення зайвих ланок та операцій в бізнес-процесах, зайвих витрат часу та інших ресурсів	різке підвищення показників ефективності діяльності, таких як продуктивність праці, час обслуговування чи виготовлення продукції, собівартість тощо
Реструктуризація	здійснення організаційно-економічних, правових, виробничо-технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, його управління, форм господарювання, які можуть забезпечити підприємству фінансове оздоровлення, збільшення обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності виробництва	подолання причин стратегічної кризи та кризи прибутковості
Злиття	об'єднання підприємств (шляхом створення нової юридичної особи або приєднання підприємств до головного підприємства), у результаті якого власники (акціонери) підприємств, що об'єдналися, здійснюватимуть контроль над усіма чистими активами об'єднаних підприємств	досягнення подальшого спільного розподілу ризиків та вигод від об'єднання
Ліквідація	припинення діяльності підприємства, виключення його з реєстрів, зняття з обліку в ДПІ та фондах соціального страхування	задоволення кредиторських вимог

Джерело: складено автором на основі: [1;6;15;20;26]

Таблиця 3

Засоби (інструменти) та заходи антикризового управління

Мета антикризових заходів	Недопущення	Нейтралізація/стабілізація	Подолання/ліквідація
Напрями стратегічних рішень	<p>стратегії формування фінансових ресурсів</p> <p>стратегії формування фінансового забезпечення стійкого зростання, досягнення фінансової безпеки</p>	<p>збалансування способів залучення фінансових ресурсів таким чином, щоб мінімізувати ризики і забезпечити розширення обсягів реалізації, завоювання ринкової ніші; підбір інвестиційних проектів за окупністю, що відповідає темпам росту ринку; врівноваження обсягів дебіторської й кредиторської заборгованості;</p> <p>обмеження росту обсягів короткострокових пасивів порівняно із довгостроковими; підвищення результативності поточної виробничої діяльності; збільшення частки власного капіталу в оборотних коштах; підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців; оптимізація витрат на виробництво, перегляд системи фінансового управління; формування резервних фондів накопичення; оновлення основних виробничих фондів за рахунок оренди (лізингу); скорочення виплат, які здійснюються з прибутку; нарощення власних засобів шляхом випуску акцій чи залучення інвестицій;</p> <p>оптимізація структури активів, досягнення високої інтенсивності їх використання; запровадження системи попередньої оплати за продукцію; прискорене погашення дебіторської заборгованості; диверсифікація постачальників; підвищення інтенсивності використання ресурсів; оптимізація цінної політики; реструктуризація портфеля короткострокових кредитів із переведенням частини їх у довгострокові;</p>	<p>економія інвестиційних ресурсів за рахунок обрання найбільш перспективних бізнес-проектів; страхування фінансових ризиків покриття дефіциту власного капіталу; досягнення ритмічності грошових потоків; обмеження росту поточних зобов'язань; нарощення частки швидко ліквідних активів; економія поточних витрат, пов'язаних з господарською діяльністю; утримання результативності використання капіталу; консервація капіталомістких проектів; скорочення виплат з прибутку; вживання заходів з стягнення дебіторської заборгованості; скорочення об'єму фінансових операцій на найбільш ризикованих напрямках фінансової діяльності підприємства; скорочення витрат діяльності; покриття збитків, недопущення їх накопичення реалізація зайвих або неживаних активів підприємства; жорсткий контроль витрат; пролонгація кредитних зобов'язань; ліквідація портфеля короткострокових фінансових вкладень; запровадження антикризової санації та реструктуризації підприємства; скорочення з метою оптимізації витрат і утримання існуючих позицій на ринку</p>
Спрямованість управлінських заходів	<p>підтримка інвестування у виробничі процеси; зацікавлення акціонерів очікуваними дивідендами; обґрунтування здійсненності інвестиційних проектів; підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців; оптимізація витрат на виробництво, перегляд системи фінансового управління;</p> <p>формування резервних фондів накопичення фінансування необхідного приросту оборотних та необоротних активів для забезпечення високих темпів росту обсягів виробництва та реалізації нарощення фінансового потенціалу контроль динаміки короткострокових зобов'язань; нарощення власних засобів за рахунок емісії акцій чи залучення інвестицій;</p> <p>проведення дослідження собівартості витрат</p>	<p>збалансування способів залучення фінансових ресурсів таким чином, щоб мінімізувати ризики і забезпечити розширення обсягів реалізації, завоювання ринкової ніші; підбір інвестиційних проектів за окупністю, що відповідає темпам росту ринку; врівноваження обсягів дебіторської й кредиторської заборгованості;</p> <p>обмеження росту обсягів короткострокових пасивів порівняно із довгостроковими; підвищення результативності поточної виробничої діяльності; збільшення частки власного капіталу в оборотних коштах; підтримання платоспроможності за рахунок контролю за розрахунками покупців; оптимізація витрат на виробництво; перегляд системи фінансового управління; формування резервних фондів накопичення; оновлення основних виробничих фондів за рахунок оренди (лізингу); скорочення виплат, які здійснюються з прибутку; нарощення власних засобів шляхом випуску акцій чи залучення інвестицій;</p> <p>оптимізація структури активів, досягнення високої інтенсивності їх використання; запровадження системи попередньої оплати за продукцію; прискорене погашення дебіторської заборгованості; диверсифікація постачальників; підвищення інтенсивності використання ресурсів; оптимізація цінної політики; реструктуризація портфеля короткострокових кредитів із переведенням частини їх у довгострокові;</p>	<p>економія інвестиційних ресурсів за рахунок обрання найбільш перспективних бізнес-проектів; страхування фінансових ризиків покриття дефіциту власного капіталу; досягнення ритмічності грошових потоків; обмеження росту поточних зобов'язань; нарощення частки швидко ліквідних активів; економія поточних витрат, пов'язаних з господарською діяльністю; утримання результативності використання капіталу; консервація капіталомістких проектів; скорочення виплат з прибутку; вживання заходів з стягнення дебіторської заборгованості; скорочення об'єму фінансових операцій на найбільш ризикованих напрямках фінансової діяльності підприємства; скорочення витрат діяльності; покриття збитків, недопущення їх накопичення реалізація зайвих або неживаних активів підприємства; жорсткий контроль витрат; пролонгація кредитних зобов'язань; ліквідація портфеля короткострокових фінансових вкладень; запровадження антикризової санації та реструктуризації підприємства; скорочення з метою оптимізації витрат і утримання існуючих позицій на ринку</p>

Внутрішнє нормативно-правове забезпечення антикризового управління забезпечує організацію та регулювання діяльності підприємства як системи, досягнення постійних цілей в рамках реалізації стратегій у розрізі часового проміжку. До основних нормативно-правових документів цієї групи доцільно відносити: установчі документи; положення, які визначають організаційну структуру управління підприємства (положення про загальні збори, про раду акціонерного товариства, про правління, про ревізійну комісію, про збільшення (зменшення) статутного фонду, відповідальність посадових осіб перед акціонерним товариством та акціонерами, про прийняття внутрішньо корпоративних нормативних актів, про порядок створення, реорганізації та ліквідації дочірніх підприємств та ін.); положення, які визначають особливості взаємодії між підприємством та середовищем функціонування, деталізуючи питання комерційної таємниці, прав, обов'язків та відповідальності за порушення базових нормативів діяльності, мотивації, організації роботи персоналу, взаємовідносин з ринковими контрагентами та усіма стейкхолдерами тощо (наприклад, про оплату праці членів правління, про цінні папери товариства, про інтелектуальну власність, про дивідендну політику, про комерційну таємницю, про внутрішній трудовий розпорядок, про відділи, про персонал та ін.); документи, які характеризують операційну діяльність підприємства (розпорядження, накази та нормативи тощо).

Реалізація вказаних елементів механізму антикризового управління забезпечується використанням відповідних матеріальних, фінансових та кадрово-інтелектуальних ресурсів, що можуть концентруватись як на рівні самого підприємства, так і залучатись ззовні.

Таким чином, механізм антикризового управління забезпечує реалізацію цілей та завдань підприємства як системи через узгодження своїх інтересів із середовищем функціонування та враховує ступінь потреби, наявні можливості та мету антикризових заходів.

Висновки. У процесі дослідження дістав подальшого розвитку понятійно-категоріальний апарат теорії антикризового управління у частині уточнення поняття «механізм антикризового управління», на відміну від інших враховує цільове спрямування антикризового управління та деталізує його структурні елементи (принципи, мету, потребу, функції, методи, інструменти, нормативно-правове забезпечення, фактори впливу та рівні управління), які спрямовані на виявлення, недопущення та ліквідацію кризових явищ шляхом реалізації на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях управління.

Теоретичне та практичне значення дослідження полягає у тому, що для сучасних підприємств, враховуючи кризовий стан, в якому вони знаходяться, особливо актуальним є процес оздоровлення, недопущення кризових ситуацій, забезпечення стійкого розвитку через використання стратегічного підходу до управління ними. Тобто для забезпечення функціонування підприємств необхідний комплексний підхід до управління, який передбачає формування механізму антикризового управління, що може бути дієвим інструментом виходу з кризи та підтримки відповідних параметрів діяльності підприємства, орієнтованих на своєчасне виявлення кризових явищ, їх недопущення, мінімізацію чи подолання.

В перспективних подальших наукових розробках за даним напрямом можуть бути досліджені форм механізму антикризового управління на підприємстві, оскільки комплексний підхід до формування механізму антикризового управління припускає, що необхідно враховувати всі умови його діяльності, а сам механізм повинен мати чітко окреслені елементи, схему їх дії та взаємодії.

Література

1. Антикризисное управление: Учебник. – 2-е изд доп. и перераб./ Под ред. проф. Э.М.Короткова. - М.: ИНФРА-М, 2006. – 620 с_Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : [монографія] / С. Г. Бабенко. – К. : Наукова думка, 2003. – 332 с.
2. Багрова І. В. Складові та фактори конкурентоспроможності / І. В. Багрова, О. Г. Нефедова // Вісник економічних наук України. – 2007. – №1. – С. 11–16.
3. Бланк И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. – К. : УФИМБ, 1997. – 408 с
4. Варічева Р. В. Організаційні передумови удосконалення економічного механізму внутрішньовиробничого управління / Р. В. Варічева // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 7–8. – С. 60–68.
5. Веснин В. Р. Менеджмент : [учебник] / В. Р. Веснин – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Проспект, 2006. – 504 с.
6. Гордієнко Т. В. Антикризовий механізм управління результативністю діяльності будівельного підприємства [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_102/178-187.pdf.
7. Економічна енциклопедія : у 3-х т. / [уклад. Б. Д. Гаврилишин, О. А. Устенко та ін., ред. С. В. Мочерний]. – Т. 2. – К. : Академія, 2001. – 848

8. Заблодська І. Економічний механізм забезпечення виробництва та збуту товарів на регіональному ринку / І. Заблодська, В. Максимов // Економіст. – 2007. – № 10. – С. 38–39.
9. Завадський Й. С. Менеджмент: у 3-х т.: [підручник] / Й. С. Завадський. – Т. 2. – К.: Європейський ун-т, 2002. – 640 с.
10. Ластенко А. В. Основы управления внутренним хозяйственным механизмом предприятия / А. В. Ластенко, Е. М. Зайцева // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 1 – С. 11–16.
11. Мартиненко М. М. Основы менеджменту: [підруч.] / М. М. Мартиненко. – К.: Каравела, 2005. – 496 с.
12. Масенко Б.П., Афонченкова Т.М. Антикризове управління: Навч. посіб. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 264 с. – С.11
13. Москаленко В.П. Финансово-экономический механизм промышленного предприятия: научно-методическое издание / В.П. Москаленко, О.В. Шипунова / Под научной редакцией д.э.н., проф. В.П. Москаленко. – Сумы: Изд-во «Довкілля», 2003. – 176 с.
14. Немцов В. Д. Менеджмент організацій / Немцов В. Д., Довгань Л. Є., Сініок Г. Ф. – К.: УВПК ЕксОб, 2001 – 392 с.
15. Ніколенко С. С. Господарсько-політичний механізм сучасної ринкової економіки: [монографія] / С. С. Ніколенко, І. О. Пінчук. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 153 с.
16. Осовська Г. В. Економічний словник / Осовська Г. В., Юшкевич О. О., Завадський Й. С. – К.: Кондор, 2007. – 358 с.
17. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua>
18. Павлов О. Антикризіві механізми державного регулювання соціально-економічного розвитку [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_uprav/2010_4/44.pdf
19. Саєнко Г. В. На шляху до стійкого розвитку економіки: господарський механізм взаємодії / Г. В. Саєнко, О. О. Папаїка. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Тугана-Барановського, 2005. – 928 с.
20. Скибицький О.М. Антикризівий менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 568 с. – С. 26-27.
21. Словник з теорії організації: [навч. посіб.] / [Бакай С. С., Білун С. О., Світлична А. В. та ін.]; за ред. С. С. Бакай. – Полтава: РВВ ПДАА, 2002. – 146 с.
22. Філософський енциклопедичний словник / [відп. ред. Шинкарук В. І.]. – К.: Абрис, 2002. – 742 с.
23. Хлевицька Т.Б. Механізми антикризового управління в системі економічної безпеки підприємства / Т. Б. Хлевицька // Торгівля і ринок України: тематичний збірник наукових праць. — Донецьк: ДонНУЕТ. - 2008. - Вип. 26, Т.1. - С. 313-318.].
24. Хміль Ф. І. Основы менеджменту: [підручник] / Ф. І. Хміль. – [2-е вид.]. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с.
25. Чернявський А. Д. Антикризове управління підприємством: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 256 с.: іл. — Бібліогр.: 242–245.
26. Щербань І.О. Формування механізму антикризового управління посередницьких туристичних підприємств / І.О. Щербань // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. - 2010. – Вип. 2 (50) [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vnuvgrp/ekon/2010_2/index.htm]

Скоробогатова Н.Є.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛІНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

ОСОБЕННОСТИ КОНТРОЛЛИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

CONTROLLING FEATURES IN THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

Досліджено теоретичні підходи до трактування сутності економічної категорії «контролінг», визначено концептуальні відмінності щодо тлумачення зазначеної категорії відповідно до теорій різних економічних шкіл. Визначено тенденції щодо зміни тлумачення категорії контролінгу залежно від впливу факторів функціонування ринкового середовища в межах певної країни. На основі проведеного дослідження еволюції сутнісного визначення категорії контролінгу окреслено його принципові складові та виділено особливості сучасної теорії контролінгу. На основі аналізу фактичних даних виробничих підприємств України визначено проблеми впровадження та функціональні особливості концепції контролінгу з врахуванням загроз макроекономічної нестабільності в країні та активізації інтеграційних процесів. Запропоновано методичні підходи до розробки та впровадження системи контролінгу на українських виробничих підприємствах з врахуванням динамічної зміни факторів навколишнього середовища та потенційних загроз сталого розвитку підприємства.

Ключові слова: Контролінг, сталий розвиток, макроекономічна нестабільність, прибуток, управління підприємством, управлінський облік.

Исследованы теоретические подходы к трактовке сущности экономической категории «контроллинг», выделены концептуальные различия в толковании указанной категории в соответствии с теориями существующих экономических школ. Определены тенденции изменения толкования категории контроллинг в зависимости от влияния факторов функционирования рыночной среды в пределах определенной страны. На основе проведенного исследования эволюции сущностного определения категории контроллинга очерчены его принципиальные составляющие и выделены особенности современной теории контроллинга. На основе анализа фактических данных производственных предприятий Украины определены проблемы внедрения и функциональные особенности концепции контроллинга с учетом угроз макроекономической нестабильности в стране и активизации интеграционных процессов. Предложены методические подходы к разработке и внедрению системы контроллинга на украинских производственных предприятиях с учетом динамического изменения факторов окружающей среды и потенциальных угроз устойчивого развития предприятия.

Ключевые слова: Контроллинг, устойчивое развитие, макроекономическая нестабильность, прибыль, управление предприятием, управленческий учет.

Theoretical approaches to the interpretation of the essence of the economic category of “controlling”, marked conceptual differences in the interpretation of this category in accordance with the existing economic theories schools. Identified trends in the interpretation of the category depending on the controlling factors influence the functioning of the market environment within a particular country. Based on the study of the evolution of the essential definition of the category of controlling outlined its fundamental components and isolated features of the modern theory of controlling. Based on the analysis of evidence of industrial enterprises of Ukraine identified problems of implementation and functional features of the controlling concept with the threat of macroeconomic instability in the country and strengthen the integration process. Methodical approaches to the development and implementation of a controlling

system in the Ukrainian industrial enterprises, taking into account the dynamic changes in environmental factors and potential threats to the sustainable development of the enterprise.

Keywords: *Controlling, sustainable development, macroeconomic instability, profit, business management, management accounting.*

Вступ. Визначення соціальних і економічних цілей підприємства переводить стратегічне бачення і напрям його розвитку на вирішення конкретних завдань, пов'язаних з виробництвом продукту і результатами діяльності фірми. Вміння застосувати необхідний інструмент для оптимізації фінансового результату через максимізацію прибутку і цінності капіталу підприємства при гарантованій ліквідності є основною умовою для виживання підприємства в ринковій економіці. Концепція контролінгу визначається як сукупність економічних цілей, завдань, інструментів, суб'єктів і організаційних структур підприємства. Контролінг також можна інтерпретувати як інформаційне забезпечення орієнтованих на результат процесів планування, регулювання і контролю (моніторингу) витрат на підприємстві. Дослідженням проблематики контролінгу, управлінського обліку та в цілому управління підприємством присвячені роботи таких науковців, як Ананькіна О. О. [2], Дайле А. [1], Данілочкіна Н. Г. [2], Манн Р., Майер Є. [4], Пушкар М. С. [5], Фольмут Х. Й. [7], Хан Д. [8], Хорнгрен Ч. [9] та ін. Завдяки роботам науковців було розкрито та досліджено значна кількість теоретичних підходів, що стали основою для ґрунтовного розуміння сутності контролінгу та його ролі в управлінні підприємством. У дослідженнях, очолюваних вищезазначеними спеціалістами було визначено особливості оперативного та стратегічного контролінгу, проблеми його впровадження на діючих підприємствах, тенденції зміни пріоритетних завдань, що стоять перед менеджерами підприємства тощо. Проте вважаємо, що залишаються недостатньо дослідженим та у певних моментах протиречним питання визначення сутності контролінгу з врахуванням сучасних умов господарювання, макроекономічної нестабільності та глобальних інтеграційних процесів у світовій економіці.

Постановка завдання. Метою роботи є визначення сутнісних характеристик категорії «контролінг» та розробка методичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності підприємства через впровадження системи контролінгу. Для досягнення поставленої мети було визначено такі завдання:

- аналіз теоретичних підходів до визначення сутності категорії «контролінг» та надання її ґрунтовного трактування з врахуванням сучасних умов господарювання;
- систематизація функцій і завдань контролінгу з розподілом їх за обсягами і межами досягнення;
- надання практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності діяльності підприємства через впровадження стратегічного та оперативного контролінгу на виробничих підприємствах України.

Методологія. Теоретико-методологічну основу дослідження становлять наукові праці та методичні розробки провідних вітчизняних і зарубіжних учених в області контролінгу та управлінського обліку. Вирішення наукових завдань здійснювалось з використанням критичного аналізу, наукового узагальнення та систематизації при дослідженні сутності категорії контролінг. Результати дослідження, висновки та рекомендації обґрунтовано шляхом комплексного підходу.

Результати дослідження. Поняття «контролінг» походить від англійського дієслова «to control», яке має різні значення. Відповідно до економічного трактування, це управління та спостереження. Основною причиною появи контролінгу в економічній літературі називають, перш за все, промислове зростання у США наприкінці ХІХ – початку ХХ ст., що викликало ускладнення процесів планування та появу нових підходів до економічного управління діяльністю підприємства, спрямованого, в першу чергу, на зниження підприємницьких ризиків та підтримку його поточної платоспроможності. Необхідність зміни принципів управління, у свою чергу, потребувала адекватних та науково обґрунтованих методів виробничого обліку та більш точного фінансового контролю. Вирішення зазначених задач розширило межі облікової роботи порівняно з традиційним бухгалтерським обліком господарських операцій, та у 1950 – 1960 рр. широке застосування знаходить методика розрахунку собівартості за прямими витратами (direct-costing), що дозволило застосовувати маржинальний підхід в управлінні поточними витратами з метою оптимізації прибутку.

Подальший розвиток контролінгу був спрямований на розробку технологій управління витратами та методик аналізу бізнес-процесів з метою скорочення витрат, пов'язаних із забезпеченням якості продукції та вирішенням екологічних проблем. У 1985 – 1995 рр. у межах контролінгу були розроблені методики управління витратами з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства на базі теорії М. Портера про створення ланцюга вартостей (АВС-калькуляції та АBB-бюджетування). Після 1995 р. метою контролінгу стає надання керівництву комплексної інформації, необхідної для управління довгостроковим розвитком підприємства (табл. 1).

Порівняльні характеристики традиційного та сучасного підходів до системи контролінгу [3, с. 254]

Статті порівняння	«Сучасний підхід»	«Традиційний підхід»
Завдання	- підтримка самоуправління; - орієнтація на ринок; - інтеграція стратегічної та оперативної орієнтації, акцент на прогноз (feedforward).	- стороння керуюча особа, висока роль контролювання; - переважно внутрішня орієнтація; - проблеми підрозділів між етапами контролінгу, акцент на зворотній зв'язок (feedback).
Організація	- цілісна та провесно-орієнтована організація; - починається на ранніх фазах, прив'язана до ланцюжка вартості; - центр сервісу (центр прибутку) передається (частково) на аутсорсинг.	- жорстка функціонально-дивізійна та тейлористська орієнтація; - початок на етапі виробництва, відсутня орієнтація на ланцюжок вартості; - штаб, центр витрат, погляд виключно з середини підприємства.
Інструменти	- інтегрування всіх вимірів інформації; - орієнтація на вартість компанії; - активне використання ІТ- потенціалу.	- фокусування на рахівництві; - орієнтація на результат роботи за період; - реагування на ІТ.
Розуміння контролінгу	- новатор, консультант; - експерт у галузі продуктів, клієнтів, процесів	- «вартівий пес»; - експерти у галузі контролінгових інструментів.

Проте слід зазначити, що у англійських джерелах термін «контролінг» практично не використовується. У США, Великій Британії більш поширеним є термін «управлінський облік» (managerial accounting, management accounting), а працівників, на яких покладено виконання функцій ведення управлінського обліку називають контроллерами (controller). У вітчизняній економічній літературі на частоту поняття контролінгу та управлінського обліку використовуються як синоніми (табл. 2). Таким чином, аналізуючи наведені трактування категорії «контролінг», можна зазначити, що основне призначення контролінгу – це управління, проте кожен з науковців акцентує увагу на окремому аспекті: фінансово-економічний стан підприємства, витрати, прибуток тощо.

Таблиця 2

Основні визначення категорії «контролінг»

Автор	Зміст тлумачення
Манн Р., Майер Е. [4, с. 8]	Система управління процесом досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності підприємства, тобто в економічному відношенні, умовно кажучи, це система управління прибутком підприємства
Фольмут Х. Й. [7, с. 5]	Цілісна концепція економічного управління підприємством, яка направлена на виявлення усіх можливостей і ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку в умовах ринку
Дайле А. [1, с. 11]	Процес оволодіння підприємством економічною ситуацією на ринку
Ананькіна О. О., Данілочкіна Н. Г. [2, с. 6]	Функціонально відокремлений напрям економічної роботи на підприємстві, який пов'язаний з реалізацією фінансово-економічної функції в менеджменті для прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень
Хан Д. [8, с. 463]	Автоматизована система управління підприємством
Пушкар М. С., Пушкар Р. М. [5, с. 12]	Концепція ефективного управління економічним об'єктом з метою забезпечення його сталого і тривалого існування в постійно змінюваному середовищі

Вважаємо найбільш ґрунтовним тлумачення контролінгу як комплексної міжфункціональної концепції управління, метою якої є координація систем планування, контролю та інформаційного забезпечення задля збільшення вартості компанії. Виходячи з такої точки зору, основний інтерес власника компанії – це збільшення її вартості, а витрати, прибуток, фінансово-економічні показники – лише інструменти для вирішення даного завдання.

Відповідно до міжнародної практики, методичними рекомендаціями щодо організації та реалізації контролінгу базовими компонентами останнього на підприємствах виступають:

- система оціночних та порівняльних показників діяльності;
- система обліку та управління витратами;
- система планування операційної, фінансової та інвестиційної діяльності, бюджетування;
- система управлінської звітності.

Виходячи з сучасної концепції контролінгу, виділяють наступні специфічні функції контролінгу [9, с. 170]:

- попереднє планування цілей та засобів;
- розробка варіантів вирішення, зокрема, аналіз альтернатив, передумов та наслідків управлінських рішень;
- облік та інтерпретація даних контролю (наприклад, у формі відхилень від бюджету, сигналів раннього повідомлення тощо);
- впровадження результатів, отриманих в процесі контролю, у наступний процес планування (наприклад, формі пропозицій щодо корегування напрямку розвитку підприємства).

Система контролінгу повинна бути адаптована до специфічних факторів підприємства, зокрема: оточуюче середовище (вимоги законодавства, політика, ринки постачання та збуту тощо) та внутрішнє середовище (виробнича програма, технологія виробництва продукту, розмір та організація підприємства, стиль керівництва, який виражається у задачах та інструментарії контролера тощо). Також слід відзначити, що при організації контролінгу задачі, пов'язані з обліком, формуються залежно від того, яка концепція контролінгу (німецька чи американська) покладені в основу. За американською концепцією до контролінгу відносяться також задачі зовнішнього (фінансового) обліку. В центрі німецької концепції контролінгу стоїть внутрішній облік у різних формах: плановий, документальний, контрольний; фінансовий облік у сферу контролінгу не входить. Як свідчить практика діяльності сучасних підприємств [6], функції контролінгу виділяються в окремий підрозділ, оскільки не має сенсу дублювати функції звичайної бухгалтерії підприємства, а з іншого боку, ускладнювати та загроможувати процес управління підприємством.

У межах контролінгу формуються не тільки фінансові показники, але й показники фактичної та прогнозної оцінки економічних результатів діяльності підприємства в цілому та всіх його структур. На основі такої інформації можуть прийматися управлінські рішення стосовно найширшого кола проблем та напрямків: ціноутворення, нарощування чи скорочення виробничих потужностей, удосконалення процесів управління витратами, контроль виконання планів тощо. Завдання та відповідальність контролера сформульовані у місії контролера, розробленої Міжнародною групою контролінгу (International Group of Controlling) у 2002 р., відповідно до якої контроллери:

- організують та супроводжують процес постановки цілей, планування та управління, несучи тим самим сумісну відповідальність за досягнення цілей;
- забезпечують прозорість результатів, фінансів, процесів та стратегій, сприяючи досягненню більш високої ефективності;
- координують підцілі та підплани у межах єдиного цілого та організують систему внутрішньої фірмової звітності;
- будують процес постановки цілей, планування та управління для орієнтації співробітників, приймаючих рішення, на цілі компанії;
- забезпечують збір необхідних даних та інформації;
- створюють та обслуговують контролінгові системи [3, с. 19].

У зв'язку з багатоманітністю внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на господарську діяльність підприємства, не може бути спільних та прийнятних для всіх положень про «правильну» організацію контролінгу. Система контролінгу повинна бути адаптована до специфічних, контекстних зовнішніх та внутрішніх факторів конкретного підприємства. Виділяють системи контролінгу, які відображають галузеву специфіку підприємств – промисловий, банківський контролінг, контролінг у страхових компаніях та у торгівлі. Залежно від складу даних та формату управлінської звітності доцільно виділяти наступні види контролінгу: контролінг персоналу, контролінг виробництва, контролінг логістики, контролінг інформації, контролінг витрат тощо. Один з можливих варіантів структури контролінгу у торговельній компанії наведений у таблиці 3.

Вагомі елементи системи контролінгу у торговельній компанії [3, с. 29]

Загальний контролінг	- фінансовий контролінг, організаційне та стратегічне планування, інвестиційний контролінг, управління філіалами, розвиток підприємств різних типів, загальне управління клієнтами
Контролінг персоналу	- гнучке планування персоналу та вимірювання результативності через сканування, «кваліфікаційний контролінг»
Контролінг асортименту	- планування асортименту (повторне включення чи виключення окремих видів товарів до продуктового портфелю, загальне управління товарними групами), регулювання та контроль асортименту
Контролінг використання площ	- управління використанням площ на основі сканування аналітичних даних про ефективність використання площ, системи управління площ
Контролінг складського господарства	- система замовлень, зовнішня та внутрішня логістичні системи, приймання та координація роботи складу, відвантаження товару

Для побудови системи інформаційного забезпечення необхідно визначити потреби в інформації, зібрати й підготувати інформацію (через систему обліку) та передати її (через систему звітності). Система інформаційного забезпечення (системи обліку та звітності), система планування (стратегічні, тактичні та оперативні плани) та контролю не можуть бути побудовані незалежно один від одного.

Цільове планування має включати визначення вищих матеріальних, вартісних та соціальних цілей, а також формування продуктових програм та інших цільових комплексів. Стратегічне планування визначає ядром довгострокового планування продуктової програми та потенціалу. Його можна також назвати плануванням стратегій галузей бізнесу (бізнес – одиниць), інтегрованим з плануванням стратегій функціональних та регіональних підрозділів. Окрім того, предметом стратегічного планування є організаційна та правова структура, система управління підприємством (планування розташування керівного персоналу, системи стимулювання менеджерів та інформаційної системи підтримки прийняття управлінських рішень). Оперативне планування слід організувати на основі цільового та стратегічного планів. На основі заданого потенціалу в розрізі окремих підрозділів підприємства розробляється коротко- та середньострокова продуктова програма, що максимізує суму покриття. Загальнофірмове фінансово-економічне планування є грошовим вираженням всіх окремих планів підприємства та включає розрахункове та балансове планування результату, а також фінансове планування. На даному етапі планують та контролюють всі істотні монетарні показники вартісно-орієнтованого управління. Контроль витрат, рівень яких формується підприємством виходячи з цих планів, здійснюється у межах стратегічного та оперативного контролінгу.

Метою стратегічного контролінгу має бути забезпечення ефективного функціонування та виживання підприємства на довгострокову перспективу. Основний принцип управління при цьому – орієнтація на створення економічної вартості у середньостроковій та довгостроковій перспективі в ході безперервного розвитку підприємства при припустимому рівні ділових ризиків. Завданням стратегічного планування (бізнес-планування) на рівні підприємства в цілому є позиціонування окремих стратегічних зон господарювання (бізнес-одиниць) у загальному бізнес-портфелі підприємства (табл. 4). У такому бізнес-портфелі зазначається ринкова, технологічна та екологічна привабливість кожної бізнес-одиниці, його відносні конкурентні переваги та інші ключові параметри. Ринкова привабливість кожної бізнес-одиниці визначається часткою ринку, яку займає дана бізнес-одиниця. Технологічна привабливість поля бізнесу оцінюється з позицій ефективності технології продукту та технології його виробництва. Екологічна привабливість стратегічного продукту підприємства розглядається з позицій ступеня забруднення навколишнього середовища при виробництві продукту, його використанні та утилізації.

Загальнофірмовий бізнес-портфель повинен бути цілком збалансованим з точки зору фінансового результату, поточних грошових потоків та ризику. Даній меті служить оперативний контролінг, під яким слід розуміти контрольно-інформаційну систему управління, спрямовану на забезпечення поточних цілей підприємства (перш за все, цілей прибутковості, рентабельності та платоспроможності) на основі прийняття своєчасних рішень щодо оптимізації співвідношення «ви-

трати – прибуток». Система оперативного контролінгу включає: завдання, організацію (контролінг підрозділів) та інструменти контролінгу: системи оперативної та поточної звітності, системи оперативної реєстрації (наприклад, фінансова бухгалтерія), аналіз чутливості бізнесу (CVP-аналіз), розрахунок сум покриття, бюджетування, дисперсійний аналіз виконання плану витрат та прибутку, оперативна діагностика діяльності підприємства тощо.

Будь-яке підприємство можна розглядати як систему керуючих постулатів, яка визначається соціальними та економічними цілями. До економічних цілей відносять виробничі, фінансові та результативні цілі. Виробничі та фінансові цілі відображають реальну сферу господарських операцій підприємства та відносяться до матеріальних економічних цілей, результативні цілі формальні, відображають обсяг економічної ефективності в процесі реалізації матеріальних економічних цілей [9, с. 77-78]. Водночас, з точки зору основних контрагентів підприємства – інвесторів, працівників, споживачів, постачальників, держави – головною метою підприємства є його збереження та сталий розвиток. Проте у сучасних економічних умовах, що притаманні ринковій економіці, наявність прибутку не гарантує підприємству виживаність не лише у довгостроковій перспективі, але й у короткостроковій. У конкурентних умовах базою оцінки підприємства виступають чисті грошові потоки, які розраховуються як різниця між усіма надходженнями та виплатами грошових коштів, отриманих в результаті господарських операцій. Довгострокова ефективність функціонування підприємства оцінюється з позиції оптимізації дисконтованого фінансового результату. У короткостроковому періоді необхідною умовою його існування є підтримка постійної ліквідності. Фінансовий результат виражається через взаємозв'язок категорій прибутку, доданої вартості та грошових потоків. Таким чином, завдання контролінгу в сучасних умовах господарювання полягає в оптимізації фінансового результату через максимізацію прибутку та цінності капіталу при гарантованій ліквідності. Цінність капіталу визначається ринковою вартістю чистих активів підприємства. Під ліквідністю розуміють здатність підприємства у будь-який час без жодних обмежень здійснювати всі обов'язкові платежі, що припадають на даний момент часу. Водночас, за допомогою контролінгу монетарна ціль координується з досягненням соціальних і ринкових цілей та ресурсами, необхідними для реалізації даного заходу, що особливо важливо в умовах макроекономічної нестабільності в країні.

Таблиця 4

Основні завдання стратегічного та оперативного контролінгу

Завдання стратегічного контролінгу	Завдання оперативного контролінгу
<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення місії підприємства та встановлення цілей діяльності; 2. Розробка стратегії розвитку підприємства на основі певних припущень про поточний стан та майбутні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, планування та контроль всіх заходів, спрямованих на довгостроковий розвиток підприємства; 3. Розробка системи підзвітних показників, що дозволяють аналізувати хід виконання стратегії розвитку підприємства; 4. Визначення відхилень від стратегічних планів, перегляд закладених в основу стратегії припущень; 5. Аналіз економічної ефективності інвестиційних проектів; 6. Розвиток нових потенціалів успіху. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення тактичних цілей підприємства, у т.ч. забезпечення заданого рівня рентабельності та ліквідності підприємства; 2. Забезпечення сукупності підконтрольних показників для поточного управління; 3. Планування та бюджетування поточної діяльності підприємства, шляхів та строків досягнення його тактичних цілей; 4. Управління «вузькими місцями» у виробничій та збутовій сферах, забезпечення найбільш ефективного використання ресурсів підприємства; 5. Аналіз виконання плану за вагомими показниками результативності функціонування підприємства; 6. Моніторинг поточного фінансового стану та управління грошовими потоками; 7. Аналіз поточних змін попиту; 8. Корегування виробничої та збутової програм.

Висновки. За результатами дослідження визначено, що історично склалися дві концепції контролінгу: німецька, заснована на використанні даних внутрішнього обліку, та американська, що розширює межі управління з врахуванням даних фінансового обліку. На даний час існують різні підходи до визначення сутності контролінгу, орієнтовані на встановлення певних цілей менеджерів вищої ланки.

Науковою новизною є запропоноване визначення контролінгу як комплексної міжфункціональної концепції управління, метою якої є координація систем планування, контролю та інформаційного забезпечення задля збільшення вартості компанії, яке на відміну від існуючих підходів, враховує глобальні цілі власника – примноження його капіталу.

З метою забезпечення сталого розвитку підприємства в умовах макроекономічної нестабільності в країні запропоновано виділяти стратегічний та оперативний контролінг. Стратегічний контролінг виконує функцію реалізації стратегії – від стратегічного планування до стратегічного управління. Основні завдання при цьому – координація стратегічного планування та контролю, а також надання інформації, вагомої для прийняття стратегічних рішень. Оперативний контролінг сприяє поточному плануванню, при цьому основна увага має приділятися короткостроковим трендам, інформація про які виражена у вигляді доходів та витрат. Фокус уваги оперативного контролінгу зосереджений на внутрішньому середовищі підприємства (не на оточенні) та сконцентрований на поточній його господарській діяльності. Вважаємо, що інтегрована система контролінгу, включаючи завдання, організацію та інструменти, допомагає правильно та своєчасно оцінювати ситуацію на підприємстві й планувати дії щодо підвищення ефективності його роботи.

Подальшого дослідження потребує проблема адаптації та впровадження концепції контролінгу з врахуванням галузевих особливостей промислових підприємств України на основі стандартів ЄС.

Література:

1. Дайле А. Практика контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича, Е. Н. Тихоненковой. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 342 с.
2. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др.; Под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2001. – 540 с.
3. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvart & Partners; Пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 269 с.
4. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Е. Майер. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 469 с.
5. Пушкар М. С. Контролінг – інформаційна підсистема стратегічного менеджменту: Монографія / М. С. Пушкар, Р. М. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 340 с.
6. Семенов А. Стратегическая модель развития на 3-5 лет позволяет вырваться из привычных рамок годового бюджета / А. Семенов // Материалы третьей ежегодной конференции «Корпоративное бюджетирование», Москва, 24-26 сентября 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfo-russia.ru/stati/index.php?article=9465>.
7. Фольмут Х. Й. Инструменты контроллинга от А до Я: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 203 с.
8. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. А. А. Турчака, Л. Г. Головача, М. Л. Лукашевича. – М.: «Финансы и статистика», 1997. – 758 с.
9. Хорнгрен Ч. Управленческий учет, изд. 10-е / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар; Пер. с англ. – Спб.: Питер, 2005. – 1008 с.: ил.

Юдіна Н.В.

канд. економ. наук

Національний технічний університет України «КПІ»

ТЕХНОЛОГІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

ТЕХНОЛОГИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

THE TECHNOLOGIZATION OF THE MANAGEMENT OF THE MARKETING ACTIVITY

В роботі обґрунтовується, що тенденція стрімкого скорочення тривалості маркетингових планів в умовах економічної кризи пов'язана з тенденцією морального старіння традиційного підходу до управління маркетинговою діяльністю. Одним з можливих інструментів подолання цієї проблеми є технологізація управління маркетинговою діяльністю, що потребувало виокремлення актуальних її напрямів. Як альтернативу традиційному підходу до управління маркетинговою діяльністю запропоновано футурологічний підхід. Він передбачатиме у процесі технологізації необхідність переходу маркетологів з рівня споживання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на рівень управління ними. У роботі обґрунтовується важливість розширення меж маркетингових досліджень, які мають передувати впровадженню ІКТ в процес управління маркетинговою діяльністю; налагодження дистанційного формату управління маркетинговою діяльністю на базі хмарних і ґрид-технологій; важливість самовдосконалення маркетологів за напрямом міждисциплінарних зв'язків, зокрема сингулярних і суперкомп'ютерних технологій.

Ключові слова: технологізація, управління маркетинговою діяльністю, футурологія, суперкомп'ютер, штучний інтелект, ІКТ, сингулярність

В работе обосновывается, что тенденция к стремительному сокращению сроков маркетинговых планов в условиях экономического кризиса связано с тенденцией морального старения традиционного подхода к управлению маркетинговой деятельностью. Одним из возможных инструментов решения этой проблемы является технологизация управления маркетинговой деятельностью, что требует выделения актуальных ее направлений. В качестве альтернативного традиционному подходу к управлению маркетинговой деятельностью предложен футурологический подход. Он предполагает в процессе технологизации необходимость перехода маркетологов с уровня потребления информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на уровень управления ими. Обоснована важность расширения границ маркетинговых исследований, которые должны предшествовать внедрению ИКТ в процесс управления маркетинговой деятельностью; налаживания дистанционной формы управления маркетинговой деятельностью на базе облачных и ґрид-технологий; важность самоусовершенствования маркетологов в направлении междисциплинарных связей, в частности сингулярных и суперкомпьютерных технологий.

Ключевые слова: технологизация, управление маркетинговой деятельностью, футурология, суперкомпьютер, искусственный интеллект, ИКТ, сингулярность

The article proves that the trend of rapid reduction of terms of marketing plans during the economic crisis is related to the trend of obsolescence of the traditional approach to the management of the marketing activity. One of the possible instruments to deal this problem is the technologization of management of the marketing activity. It requires to allocate its topical directions. As an alternative to the traditional approach to the management of marketing activity the futurological approach was proposed. According to this approach during technologization marketers have to move from level of the consumption of information and communication technologies (ICT) to the level of the management of them. The importance of the

expanding the boundaries of marketing researches which must precede implementation of ICT in the management of marketing activity was proved. The importance of the establishing of distance form of the management of the marketing activity based on cloud and grid technologies was proved. The importance of self-help marketers in the direction of learning of the interdisciplinary connections, in particular singular and supercomputer technologies, was substantiated.

Keywords: *technologization, management of marketing activity, futurology, supercomputer, artificial intelligence, ICT, singularity*

Вступ. За оцінкою багатьох експертів, маркетингові плани українських компаній скоротилися до одного року, що може призвести до потужного конкурентного відставання вітчизняних підприємств. Причому це стосуватиметься як відставання через втрату стратегічного плану та спроможності маркетологів передбачати майбутнє [1], так і через першопричину цього відставання у напрямку розроблення і впровадження інноваційних технологій управління маркетинговою діяльністю («технологізації», яка полягає у прискоренні генерування і абсорбції нових технологій [2]).

По-перше, скорочення тривалості маркетингових планів українських підприємств на тлі євроінтеграції, стрімких процесів розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зростання неконтрольованої конкуренції з боку транснаціональних компаній означатиме втрату українськими підприємствами напряму свого стратегічного розвитку. Перш за все це пов'язано із тим, що під час глибоких економічних криз 2008 р. і 2014 р. на українських підприємствах зросли як ротація, так і суттєве скорочення штатів маркетологів. Для більшості компаній цілі, які раніше були спрямовані на розвиток, зараз спрямовані виключно на виживання. Але, як наслідок ротації маркетологів, кожний наступний маркетинговий план підприємства розробляється різними фахівцями (якщо взагалі розробляється фахівцями, адже в умовах економії фінансів на посаду маркетологів частіше почали приймати непрофесійних співробітників). Підприємство в таких умовах прагне лише маркетингової адаптації до поточних ситуативних умов, залишаючись при цьому без довгострокового стратегічного плану розвитку. Це робить підприємство уразливим і неконкурентоспроможним на міжнародному глобальному ринку.

По-друге, скорочення тривалості маркетингових планів пов'язане з певним стереотипом неможливості для маркетолога передбачати майбутнє підприємства в умовах кризи. Однак слід враховувати, що неможливість розробляти довгострокові маркетингові плани можна пояснити або небажанням і незацікавленістю, або неспроможністю маркетологів передбачати майбутнє підприємства і, як наслідок, неспроможністю розробляти адекватні маркетингові плани для нього. Якщо ця ситуація пояснюється *небажанням і незацікавленістю*, то враховуючи періодичність ротації маркетологів на підприємствах, можна зрозуміти їх спрямованість саме на короткостроковий економічний результат, який іноді навіть може йти у розріз із довгостроковими пріоритетами підприємства.

Однак, якщо причина неможливості розробляти адекватні довгострокові маркетингові плани криється у *нездатності* маркетологів це робити, то це говорить про те, що маркетологи випускають з поля зору вплив якихось важливих факторів маркетингового середовища та не враховують їх у ході маркетингових досліджень. З одного боку, кризові умови вимагають професійної «мобілізації» маркетологів у напрямку пошуку маркетингових інновацій для досягнення цілей не тільки виживання, але й подальшого розвитку конкретного підприємства. Це вимагатиме розширення традиційних меж маркетингових досліджень [3], оскільки даних, що аналізувалися у межах конкретних ринків раніше, у сьогоденних ситуативних умовах виявляється явно недостатнім для прийняття адекватних управлінських рішень. Таким чином, українські маркетологи мають зрозуміти необхідність розроблення нових технологій управління маркетинговою діяльністю. У протилежному випадку відсутність змін у технологіях управління маркетинговою діяльністю спочатку може спровокувати відставання українських маркетологів від глобальних ринкових тенденцій, а потім їх професійну деградацію. У сфері нових проблемних питань, що стоять зараз перед глобальними ринками, в які інтегрується Україна, українські маркетологи можуть втратити розуміння актуальних світових тенденцій, за напрямом яких слід прагнути інноваційних розробок. Їм залишиться лише очікувати нових маркетингових технологій, які прийдуть з-за кордону. А це призведе до масового клонування шаблонних управлінських рішень, що означатиме швидку втрату їх ефективності. Нарощування розриву у розвитку потім буде складніше подолати, оскільки усвідомлення сутності технологічних інновацій є легким лише для тих, хто постійно працює над подібними проблемами [4]. З іншого боку, невідповідність довгострокових маркетингових прогнозів кризовим умовам говорить про моральне старіння традиційних підходів до управління маркетинговою діяльністю.

Історичний досвід показує, що технологізація завжди ставала ефективним інструментом виходу підприємств і, навіть, країн з економічних криз. В умовах інтеграції ринків технологізація управління маркетинговою діяльністю дозволить виокремити інструменти подолання кризи та інструменти конкурентної боротьби на глобальних ринках, в які інтегрується сьогодні Україна. Дослідженню актуальних напрямів технологізації присвячені праці багатьох вчених, таких як, наприклад, Р. Курцвейла, Т. Фрея, Дж. Рифкіна, К. Коха, Р.Солоу, Т.Коуена, Л.Піддубної, О.Шестакової, Л.Юрченко, Д.Іцкова, В.Рябініна, В. Пірогова, С. Зав'ялова, Г. Мукушева, С. Маркової та ін. Зокрема технологізації управлінської діяльності присвячено праці Б.Герасімова, Е.Трет'якової. При цьому аспекту актуальних напрямів технологізації управління маркетинговою діяльністю поки приділяється недостатньо уваги.

Постановка завдання. Узагальнюючи вище сказане завдання статі полягає у виокремленні актуальних напрямів технологізації управління маркетинговою діяльністю.

Методологія. Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження стали: метод теоретичного узагальнення із залученням історико-логічного підходу, порівняльного аналізу, методи маркетингових досліджень, системний підхід і теорія управління.

Результати дослідження. Технологізація управління маркетинговою діяльністю неможлива без застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), адже різний ступінь застосування ІКТ як різними суб'єктами ринку, так і різними співробітниками окремого підприємства може привести до виникнення соціально-економічної нерівності між ними [5]. Однією з гострих проблем процесу впровадження ІКТ у процес технологізації управління маркетинговою діяльністю підприємств стає споживацьке ставлення маркетологів до ІКТ у цілому. Це означатиме, що вони готові купувати різні інноваційні продукти ІКТ, впроваджувати їх, але виключно як споживачі, навіть не намагаючись поглиблюватися і управляти процесом відбору ІКТ з позиції маркетингу, передаючи право прийняття рішень фахівцям з ІТ-відділів. Зазвичай головним мотивом технологізації із застосуванням ІКТ стає прагнення підвищити ефективність робочих процесів. При цьому вважається, що процес технологізації із впровадженням ІКТ приносить виключно позитивний ефект. Але позитивний ефект проявляється не завжди, і тому маркетологам слід навчитися оцінювати та передбачати у довгостроковій перспективі також і можливий негативний ефект. Наприклад, Toyota Motor Corp. з 2014 року почала поступово запроваджувати на свої заводах в Японії процеси зворотної заміни робототехнічних ліній зборки автомобільної техніки на ручну працю [6]. Цей процес отримав назву «Повернення богів». Таке рішення було пов'язано із тим, що спрямоване на випуск півмільйону автомобілів на рік виробництво почало втрачати свої показники якості: поява непоміченої роботи помилок, яка проявилася у ненавмисному пришвидшенні автомобілів Toyota, призвела до як мінімум 13 смертей власників і пасажирів цих авто. Керівництвом концерну передбачається, що люди на протигагу роботам зуміють помітити нетипові дефекти та зможуть більш ретельно і нестандартно перевіряти якість своєї роботи.

Саме тому українським маркетологам потрібний футурологічний прорив як у напрямку маркетингової технологізації, так і ІКТ, що потребуватиме від маркетологів додаткових досліджень. Для довгострокового передбачення можливих негативних наслідків технологізації та розроблення інструментів їх запобігання маркетологам слід змінити підхід до управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. За аналогією з нашою роботою [3], в якій були виокремлені підходи до маркетингових досліджень, пропонується виокремити два підходи і для управління маркетинговою діяльністю в цілому: традиційний і футурологічний підходи. Традиційний підхід передбачає адаптацію процесу управління маркетинговою діяльністю підприємства до поточного стану маркетингового середовища, виходячи при цьому з результатів маркетингових досліджень як поточної ситуації на ринку, так і аналогічних ситуацій у минулому. Цей підхід також можна назвати підходом «іззовні-всередину», коли поточне зовнішнє середовище визначає процеси управління маркетинговою діяльністю всередині підприємства. Слід зазначити, що наслідками саме традиційного підходу і стало споживацьке ставлення маркетологів до ІКТ, що пропонуються сьогодні на ринку. Адже ІКТ маркетологи поки ще продовжують сприймати як зовнішній науково-технічний фактор маркетингового середовища, до якого слід адаптувати процеси управління маркетинговою діяльністю шляхом активного впровадження в неї ІКТ. Однак, зазначені вище факти свідчать не тільки про падіння ефективності подібного підходу, але й навіть існування певних загроз через недооцінку довгострокового впливу цього фактору на діяльність підприємства.

Як альтернативу традиційному підходу до управління маркетинговою діяльністю нами пропонується футурологічний підхід. В основі пропонованого підходу покладається необхідність адаптації процесу управління маркетинговою діяльністю всередині підприємства не до поточного стану маркетингового середовища, а до його стану у майбутньому. Цей підхід можна порівняти з

розвитком підприємства «з майбутнього у сьогодні». Необхідність обрання саме футурологічного підходу до управління маркетинговою діяльністю обумовлена тим, що життя людства увійшло в режим із загостреннями, при яких всі процеси прискорюються за законом експоненти [7]. Саме режими із загостреннями стали першопричиною швидкого морального застарівання технологій, скорочення життєвого циклу інновацій, невиконання традиційних законів маркетингу [8]. Така ситуація вимагає випереджальних темпів маркетингової діяльності на підприємстві і такого самого випереджального управління маркетинговою діяльністю. Це означає, що маркетологи повинні досліджувати не проблеми управління маркетинговою діяльністю, що вже стали актуальними сьогодні, і застосувати для їх подолання технологізацію і ІКТ. Перш за все вони мають досліджувати проблеми управління маркетинговою діяльністю, що потенційно можливі у майбутньому в масштабах усього людства. І тільки після цього визначати актуальність поточної ситуації, рухаючись за часовою шкалою у зворотному напрямку. Виходячи з отриманих результатів таких футурологічних досліджень, маркетологи зуміють виокремити актуальні напрями технологізації управління маркетинговою діяльністю. Пояснимо висунуту гіпотезу.

Наприклад, прискорення процесів розвитку ІКТ і глобального поширення інтернету призвели до переходу звичних ринків до Інтернет-ринків [9]. Однією з важливих особливостей цієї нової форми ринку стала трансформація сутності поняття «ринкової влади», запропонованого наприкінці 90х років минулого століття Д. Шульцем у моделі еволюції і революції ринків [10]. Якщо на звичному ринку ринкова влада, за визначенням Д. Шульца, належала тим його суб'єктам (виробникам, посередникам, споживачам), хто володів інформацією, то на Інтернет-ринку, враховуючи широкую доступність будь-якої інформації узагалі для всіх суб'єктів, сам факт володіння інформацією знецінюється. Однак, паралельно з цим загострюється проблема великих обсягів інформації, так званих «великих даних» («Big Data»), що генеруються і накопичуються в Інтернет-просторі. Тому ринкова влада на Інтернет-ринку переходить і належатиме тим його суб'єктам (виробникам контенту, провайдерам, споживачам), хто зможе управляти стрімко зростаючою інформацією (Big Data) [9]. Особливо слід відмітити, що у моделі еволюції і революції ринків Д. Шульц прогнозував, що з появою Інтернету ринкова влада повністю перейде до споживача. Але його прогнози виправдалися неповністю, адже на Інтернет-ринку споживач володітиме не повним обсягом інформації, а лише тією його частиною, що буде для нього доступною в Інтернеті. Тому із розвитком ІКТ ринкова влада насправді перейшла не до споживача, а до нового суб'єкту звичних ринків – Інтернету, який Д. Шульц розглядав лише як новий медіа-простір для комунікацій суб'єктів звичних ринків. Але цей медіа-простір завдяки глобалізаційним процесам не тільки отримав усі ознаки ринку (як одного з трьох традиційних інструментів управління діяльністю людей [11]) з його «невидимою рукою» і відсутністю інших інструментів управління (ієрархії та культури), але й виокремив нові суб'єкти – виробників контенту, провайдерів, споживач контенту (рис. 1) [9].

Етапи еволюції Інтернет-ринків відрізнятимуться від етапів еволюції звичних ринків, що більш докладно розглядається нами у роботі [9]. Зазначимо лише, що ринкова влада зсуватиметься від виробників контенту спочатку до провайдерів, а потім до нового суб'єкту Інтернет-ринку у вигляді штучного інтелекту. При цьому слід звернути увагу, що виокремленні нами етапи еволюції Інтернет-ринків вже перетворюються на досить потужні футурологічні фактори маркетингового середовища, що впливатимуть на актуальність напрямів технологізації управління маркетинговою діяльністю.

По-перше, трансформація більшості звичних ринків у формат Інтернет-ринків, а також зміна сутності ринкової влади на них вже створили гостру необхідність масштабного переходу українських маркетологів з рівня лише споживання ІКТ на рівень управління ІКТ на підприємствах. Це передбачає необхідність розуміння, усвідомлення і докладного дослідження маркетологами Інтернет-ринку, його основних тенденцій, особливостей, напрямів майбутнього розвитку. Оскільки Інтернет-ринки не обмежуються територіальними кордонами, які існують на звичних ринках, маркетологам у межах аналізу факторів маркетингового середовища доведеться досліджувати тенденції планетарних масштабів: як з позиції географічного простору, так і з позиції часу (футурологічний простір). Це неминуче приведе до необхідності пошуку інструментів подолання проблеми Big Data в маркетинговій діяльності підприємства, у чому й має допомогти технологізація.

По-друге, поява Інтернет-ринків трансформувала підходи до офісної роботи як нових поколінь маркетологів, так і інших співробітників підприємств, що задіяні в маркетинговій діяльності. Наприклад, серед характерних ознак нового молодого покоління офісних співробітників виокремлюють широкі, але поверхневі знання, розсіяність, синдром гіперактивності та дефіциту уваги, надання переваги візуальним символам замість логіки і тексту (інфографіка), ефекту фаббінгу, багатозадачності, що узагальнюється під терміном «кліпове мислення» [12; 13]. Усереднений обсяг часу перебування офісних працівників підприємств під час робочого дня у соціальних мережах, який, за результатами

різних досліджень, коливається від 15 хвилин до 2 годин щоденно, є демонстрацією застосування комп'ютерної техніки та ІКТ у середньостатистичному офісі підприємства. В умовах прискорення бізнес-процесів це означає неефективне використання ресурсів, що загрожує підприємству втратою його конкурентних позицій. Саме тому прогнозується, що на підприємствах у майбутньому зникатиме традиційне поняття «офіс», і на його зміну поступово прийде поняття «віртуальний офіс» або «віртуальне представництво». Це відбуватиметься поступово, і спочатку його мотивуючим стимулом ставатиме економія ресурсів підприємств. Наприклад, з 2008 р. вимушена економія на оренді офісів, почала витісняти невеликі компанії у так звані «вільні простори» з наявними в них обладнаними робочими зонами із Wi-Fi, зокрема, у кафе або офісних приміщеннях бізнес-центрів, що надають послуги погодинної оренди подібних приміщень. Протягом першого півріччя 2014 р. ступінь заповнення таких робочих зон зросла майже на 20-35% [14]. Можна передбачити, що оцінивши економію часу і ефективність віддаленої роботи співробітників, підприємства прагнутимуть і надалі взагалі не орендувати приміщень, меблів, т.і. для працівників і налагодити їх роботу у форматі віртуального офісу, за необхідності застосовуючи «вільні зони».

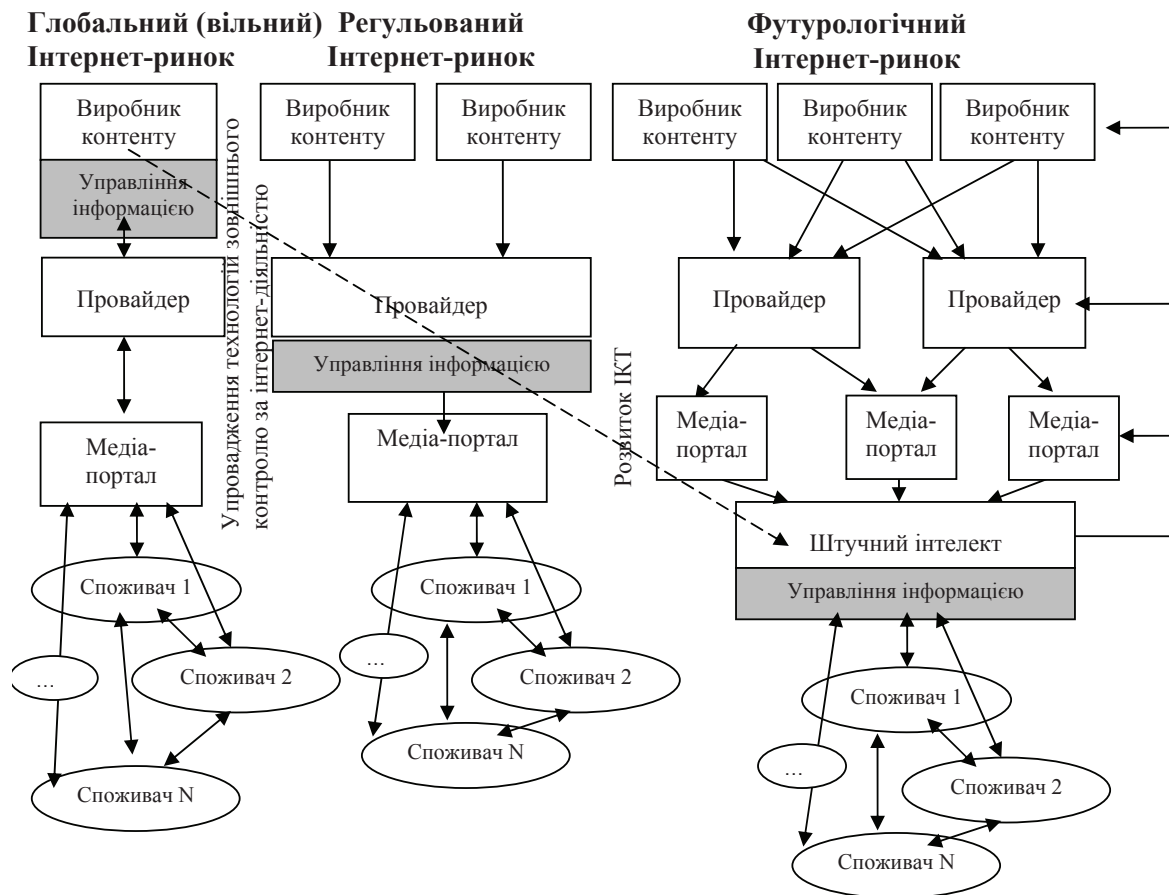


Рис. 1. Футурологічна модель еволюції та революції Інтернет-ринку [9].

Розуміючи подібні глобальні тенденції, українські маркетологи повинні якнайшвидше саме в умовах кризи апробувати і перейти до дистанційного, віддаленого формату управління маркетинговою діяльністю підприємств, що дозволить ефективно перерозподілити фінансові і часові ресурси підприємства з утримання офісу на стратегічний розвиток підприємства на Інтернет-ринку. Це обґрунтовує другий актуальний напрям технологізації – впровадження дистанційного управління маркетинговою діяльністю. Зокрема він стосуватиметься необхідності започаткувати впровадження на підприємстві хмарних технологій (cloud computing) і ґрид-технологій (grid). З одного боку, хмарні технології в ґриді є інструментом подолання проблеми збереження великих даних (Big Data). Наприклад, такі ІТ-корпорації, як Google, вже пропонують підприємствам послуги комерційного доступу до своїх хмар. Але якщо маркетологи поставляться до цієї технології виключно зі споживацької точки зору, це може призвести або до збільшення вірогідності відкриття доступу до цих даних конкурентам, або навіть до повної втрати цих даних, що може бути пов'язане із поступовим зсуванням

ринкової влади до провайдерів при переході до регульованого Інтернет-ринку (див. рис. 1). Одним з варіантів подолання цієї проблеми є створення власного гріду в межах підприємства, який був би здатним надавати різні права доступу до сервера підприємства комп'ютерам та іншими мобільними пристроями співробітників відділу маркетингу та іншим працівникам компанії, задіяним у маркетинговій діяльності, які працюватимуть віддалено. Якщо маркетологи налагодять спілкування з такими співробітниками у форматі закритих вебінарів із шифрованою передачею даних, то особисті зустрічі взагалі стануть непотрібними. Це суттєво економитиме час і фінансові ресурси підприємства.

По-третє, реалізація подібних проектів технологізації із застосуванням ІКТ можлива лише у тісній співпраці маркетологів із ІТ-спеціалістами. Але ця співпраця потребуватиме від маркетологів отримання нових знань як у напрямі ІКТ, так і у площині їх «проривних» міждисциплінарних NBIC-зв'язків (нанотехнології, біотехнології, інформаційні та когнітивні технології) [15], особливо у напрямку сингулярних технологій. Це дозволить маркетологам самостійно виокремлювати актуальні напрями технологізації управління маркетинговою діяльністю, але потребуватиме постійного оновлення знань протягом усього життя у поки ще нечітко сформованому напрямі. Сингулярні технології зосереджені на створенні людством штучного інтелекту, що необхідно для управління Big Data [16; 9]. Згідно з узагальненими прогнозами, технологізація суспільства може досягнути вибухоподібних темпів, що спровокує точку технологічної сингулярності або інтелектуальний вибух. Під технологічною сингулярністю слід розуміти момент створення «надрозумної машини» (штучного інтелекту) [17], яка стане здатною шляхом програмування створювати собі подібних, більш сучасні системи. Такі відомі вчені, як Р. Курцвейл, С. Хокінг, Б. Гейтс і багато інших вважають, що вірогідність технологічної сингулярності досить висока, зокрема завдяки розвитку суперкомп'ютерних технологій як окремого напрямку сингулярних технологій. А це може взагалі призвести до зникнення професії «маркетолог».

Узагалі єдиної точки зору щодо визначення сутності суперкомп'ютера досі немає, але без сумніву суперкомп'ютером слід вважати систему, яка входить у останнє оновлення рейтингу Top 500 [18], і основною ознакою суперкомп'ютера є швидкість розрахунків, яка вимірюється одиницею FLOPS (кількість операцій з плаваючою точкою в секунду). Так, рейтинг Top 500, починаючи з 1993 року, ранжує суперкомп'ютери на основі результатів виконання ними тесту LINPACK, який ґрунтується на процесах розв'язування системи лінійних алгебраїчних рівнянь [19]. Із загостренням проблеми зростання Big Data необхідне налагодження постійного моніторингу та управління великою системою, її стійкістю до відмови частини її обладнання, планування можливих помилок, пошуку підходів до організації паралельного виконання завдань над Big Data і таке інше [20]. При цьому за п'ять років будь-який суперкомп'ютер застаріває через появу більш швидкого суперкомп'ютера, що наближуватиме швидкість суперкомп'ютерних розрахунків до швидкості роботи людського мозку.

Так удосконалення суперкомп'ютерів стає головною передумовою появи штучного інтелекту і одним з найвпливовіших факторів технологізації управління маркетинговою діяльністю на підприємстві. Наприклад, один з найпотужніших за рейтингом TOP500 суперкомп'ютер IBM Watson під час участі у дебатах популярного у США телевізійного шоу «Jeopardy!» вже продемонстрував свої надлюдські можливості, обігравши з великим відривом професійних гравців під час інтелектуальної вікторини. Знання, що використовує цей суперкомп'ютер, є результатом аналізу пошукової системи, зокрема того, що згенероване людством у Вікіпедії. Поки процес оброблення інформації суперкомп'ютером за сутністю можна порівняти із результатом роботи пошукових систем у відповідь на конкретні пошукові запити. При цьому існує прогноз, що застосування суперкомп'ютерних технологій на основі аналізу Big Data зробить можливим не тільки пошук правильних відповідей, але й генерацію нових знань шляхом їх екстраполяції. Таким чином, у маркетингу суперкомп'ютер зуміє передбачати поведінку споживачів у залежності від конкретних маркетингових заходів так само, як ці технології вже передбачають погодні явища, ступінь забруднення повітря [21] та за декілька секунд ставлять людині медичний діагноз через мобільний додаток [22]. Це також ставить під загрозу майбутнє існування такої професії, як «маркетолог».

Як бачимо, поява Інтернет-ринку потребуватиме технологізації управління маркетинговою діяльністю. Це не тільки змінює поняття ринкових стосунків, але й трансформує поняття професійної конкуренції між маркетологами, що переходитиме на рівень штучного інтелекту. Таким чином, окрім традиційних інструментів управління діяльністю людини, до яких віднесено ієрархію, культуру і ринок, також у майбутньому може долучитися ще один інструмент, а саме: штучний інтелект на базі суперкомп'ютерних технологій. Такий потенційно можливий перебіг подій може означати перехід з ринкової економіки на планову під управлінням штучного інтелекту, наслідки чого поки

мало прогнозовані, а тому потрібно, щоб маркетологи вміли передбачати наслідки технологізації управління маркетинговою діяльністю з огляду на глобальні процеси у світі. Щоб суперкомп'ютер не витіснив професію «маркетолог», маркетологи повинні розвиватися випереджаючими ці технології темпами у міждисциплінарному просторі, генеруючи нові знання, яких поки немає у Вікіпедії.

Висновки. В умовах глибокої економічної кризи, в якій зараз знаходиться Україна, та морального старіння традиційних підходів до управління маркетинговою діяльністю одним із ефективних інструментів їх подолання є технологізація, що одночасно вимагає пошуку її актуальних напрямів. Науковою новизною дослідження є виокремлення альтернативного традиційному футурологічного підходу до управління маркетинговою діяльністю, що є найбільш ефективним для режимів із загостреннями, в які увійшло людство.

По-перше, трансформація звичних ринків у Інтернет-ринки, а також зміна сутності поняття «ринкова влада» вимагатимуть від маркетологів переходу з рівня споживання на рівень управління ІКТ. Для цього у роботі запропоновано розширення меж маркетингових досліджень до планетарних масштабів як з географічної, так і футурологічної точки зору, що дозволить вчасно запобігти негативних наслідків впровадження окремих ІКТ в процесі технологізації управління маркетинговою діяльністю.

Другим актуальним напрямом технологізації є необхідність налагодження дистанційного формату управління маркетинговою діяльністю на базі хмарних і грид-технологій. Це вимагатиме від маркетологів розуміння важливості самовдосконалення протягом життя за напрямом міждисциплінарних зв'язків, зокрема сингулярних і суперкомп'ютерних технологій. У роботі підкреслена необхідність усвідомлення процесів трансформації поняття конкуренції із появою штучного інтелекту, який виокремлюється у потужний інструмент управління діяльністю людини, що за силою прирівнюватиметься до традиційних інструментів, а саме: ієрархії, культури та ринку. Це може взагалі витіснити маркетологів з ринку працевлаштування.

До перспективних напрямів подальших досліджень слід віднести пошук нових способів підготовки нових поколінь маркетологів, що будуть здатними управляти процесами технологізації на базі ІКТ. За ТОП-5 перспективності професій на 2017-2025 рр. WorkNew.info до найперспективніших віднесено професію «інтернет-маркетолог». З одного боку, це свідчить про еволюцію професії маркетолог, а з іншого, про необхідність тісної інтеграції майбутніх маркетологів із ІКТ. Але через гіпершвидкі темпи розвитку ІКТ ті знання, що маркетологи отримують під час навчання у ВНЗ, можуть морального застаріти ще до моменту закінчення студентами вищих. Це вимагає пошуку нових інструментів підготовки майбутніх фахівців з маркетингу, на яких буде існувати гарантований попит на ринку у майбутньому.

Література:

1. Дорофеев В.Д. К вопросу о долгосрочном маркетинговом прогнозировании рынка / Дорофеев В.Д., Белякова В.А. // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. - 2012. - №1. - С.209-216. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-dolgosrochnom-marketingovom-prognozirovanii-rynka>.
2. Піддубна Л.І. «Технологізація» конкурентоспроможності: теоретико-методологічні аспекти / Піддубна Л.І., Шестакова О.А. // Механізм регулювання економіки. – Харків: Видавництво ХНЕУ, 2012. - №1. – С. 1-9.
3. Юдина Н.В. Футурологічний прогноз ролі маркетинга в умовах глобалізації мирової економіки // Інноваційна економіка в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи [Научне електронне видання] : матеріали міжнарод. науч.-практ. конф., г. Минск, 10-11 апр. 2014 г. [Електронний ресурс] / Міжнарод. ун-т «МІТСО»; редкол.: Ю.Ю. Королев (гл.ред.) и [др.]. – Минск : Міжнарод. ун-т «МІТСО», 2014. – С. 370 – 372.
4. Шаракшанэ С. Гетерогенный суперкомпьютер производительностью 100 триллионов операций в секунду. Интервью Б.Н.Четверушкина // <https://ras.ru>. - 11.01.2011. - Режим доступа : <https://ras.ru/news/shownews.aspx?id=f4af6cca-e04d-48a8-9ebb-701f1431eaa1>.
5. Аніщенко О.В. Інформаційна нерівність у сучасному суспільстві [Електронний ресурс] / О.В. Аніщенко // Збірник наукових праць третьої Міжнародної науково-практичної конференції «Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи», 12-14 листопада 2012 р., Львів. - с.100-102. – Режим доступу : http://ubgd.lviv.ua/konferenc/kon_ikt/sekziya1/Anischenko.pdf.
6. Toyota выгоняет роботов с заводов // Автомобильный журнал «Авторамблер». - 4 мая 2014 . - Режим доступа: http://autorambler.ru/journal/events/04.05.2014/560987159/?gcv_source=news_block_new&arnr=1
7. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры. - СПб., 2002. - с. 38 – 39
8. Юдина Н.В. Особенности мозговой деятельности человека как основа футурологических преобразований в маркетинге // Бренд-менеджмент. – Изд. Дом Гребенникова. – 2014. - № 3(76) – С. 164 – 175.
9. Юдина Н.В. Футурология интернет-пространства // Маркетинг услуг. – Изд. Дом Гребенникова. – 2014. - № 4 – С. 164 – 175.

10. Schultz D.E. Transitioning marketing communication into the twenty first century // Don E. Schultz, Heidi F. Schultz // Journal of marketing communications 4 9-26 (1998), P. 9-26. - <http://www.agora-ime.com/images/Schultz-JMC98.pdf>
11. Мескон М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
12. Фрумкин К.Г. Глобальные изменения в мышлении и судьба текстовой культуры // INETERNUM. - 2010. - №1. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury>
13. Юдіна Н.В. E-learning-маркетинг у постсоціальному суспільстві // Маркетинг і цифрові технології. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, Одеса 29-30 травня 2014 р. – С. 218-220.
14. Бегство «белых воротничков» из киевских офисов // Портал «Финансовые новости; e-finance.com.ua. – 2014-06-03. - Режим доступа : <http://e-finance.com.ua/show/181942.html>.
15. Родзин С.И., Титаренко И.Н. NBIC-технологии, искусственный интеллект и электронная культура // Информатика, вычислительная техника и инженерное образование. – 2013. № 2 (13). – Режим доступа : [http://digital-mag.tti.sfedu.ru/lib/12/7-2013-2\(12\).pdf](http://digital-mag.tti.sfedu.ru/lib/12/7-2013-2(12).pdf)
16. Юдіна Н.В. Маркетингові аспекти футурологічних наслідків технологізації / Н.В. Юдіна // Економіка. Управління. Інновації [Електронне фахове видання]. - 2013. - №1. – Режим доступа : <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/eui>.
17. Kurzweil R. The Singularity Is Near : When Humans Transcend Biology // R Kurzweil / Penguin Group. 2005. - 672 p.
18. Клименко В.П., Комухаев Э.И. Суперкомпьютеры: тенденции и технологии последнего двадцатилетия // Математичні машини і системи. - 2006. - №3. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/superkomputery-tendentsii-i-tehnologii-poslednego-dvadtsatiletiya>.
19. Суперкомпьютер // Википедия. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80>
20. Абрамов С.М., Заднепровский В.Ф., Лилитко Е.П. Суперкомпьютеры «СКИФ» ряда 4 // Информационные технологии и вычислительные системы. - 2012. - №1. – С. 3-16. -Режим доступа : http://www.isa.ru/jitcs/images/documents/2012-01/3_16.pdf
21. Барт А.А., Беликов Д.А., Старченко А.В. Математическая модель для прогноза качества воздуха в городе с использованием суперкомпьютеров // Вестник Томского гос. ун-та. Математика и механика. - 2011. - №3. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/matematiceskaya-model-dlya-prognoza-kachestva-vozduha-v-gorode-s-ispolzovaniem-superkompyuterov>
22. Satish Misra, MD Watson-powered app to answer health questions based on genetic history // iMedicalApps, <http://www.imedicalapps.com>. - November 14, 2014. – Access : <http://www.imedicalapps.com/2014/11/watson-powered-app-answer-health-questions-based-genetic-history>

МАРКЕТИНГ

УДК 339.138:637.136

Бажеріна К.В.,*канд. економ. наук, доцент***Стадніченко В.В.,***канд. економ. наук, доцент***Андалицька О.В.***Національний технічний університет України «КПІ»*

РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ КИСЛОМОЛОЧНИХ БАКТЕРІАЛЬНИХ ЗАКВАСОК

РАЗРАБОТКА КОМУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ КИСЛОМОЛОЧНЫХ БАКТЕРИАЛЬНЫХ ЗАКВАСОК

DEVELOPMENT COMMUNICATIONS STRATEGY OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE MARKET OF FERMENTED MILK BAKTERIAL STARTERS

В даній статті розглянуті вітчизняні виробники бактеріальних сухих заквасок, представлені на ринку кисломолочних заквасок. У статті подані результати проведеного маркетингового дослідження щодо кон'юнктури ринку бактеріальних заквасок та можливостей вдосконалення комунікаційної стратегії вітчизняних підприємств. У дослідженні проаналізована відомість, лояльність до марок, знання про властивості заквасок, визначені фактори вибору марки, референті групи споживачів, діяльність конкурентів, конкурентні переваги іноземних заквасок тощо. Дане дослідження включало аналіз зіставлення споживчих інтересів існуючих та потенційних споживачів, а саме споживачів готових заквасок. Виходячи з результатів дослідження для двох груп вітчизняних підприємств даної галузі запропоновані шляхи вдосконалення комунікаційної стратегії з метою захисту своїх конкурентних позицій. Відповідно до отриманих результатів маркетингового дослідження, виявлених чинниках успіху іноземних марок та до стратегії позиціонування вітчизняних марок було запропоновано ряд окремих комунікаційних заходів для компаній, що ввійшли у зону інформаційного дефіциту та у зону техніко-інформаційного відставання.

Ключові слова: торгова марка, комплекс маркетингових комунікацій, комунікаційна політика, лояльність до бреду, цільова аудиторія, ринок кисломолочних заквасок.

В данной статье рассмотрены отечественные производители бактериальных сухих заквасок, представленные на рынке кисломолочных заквасок. В статье представлены результаты проведенного маркетингового исследования рынка бактериальных заквасок и возможностей совершенствования коммуникационной стратегии отечественных предприятий. В исследовании проанализирована известность, лояльность к маркам, знания о свойствах заквасок, определены факторы выбора марки, референтные группы потребителей, деятельность конкурентов, конкурентные преимущества иностранных заквасок и др. Данное исследование включало анализ сопоставления потребительских интересов существующих и потенциальных потребителей, а именно потребителей готовых заквасок. Исходя из результатов исследования для двух групп отечественных предприятий данной отрасли предложены пути совершенствования коммуникационной стратегии с целью защиты своих конкурентных позиций. Согласно полученным результатам маркетингового исследования, выявленных факторах успеха иностранных марок и стратегии позиционирования отече-

ственных марок был предложен ряд отдельных коммуникационных мероприятий для компаний, вошедших в зону информационного дефицита и в зону технико-информационного отставания.

Ключевые слова: торговая марка, комплекс маркетинговых коммуникаций, коммуникационная политика, лояльность к бренду, целевая аудитория, рынок кисломолочных заквасок.

This article describes the domestic producers of dry bacterial starters on the market of fermented sourdough. The article presents the results of the marketing research of bacterial starter cultures and ways of improving the communication strategy of domestic enterprises. The fame, brand loyalty, knowledge of the properties of starter cultures, the factors of brand choice, reference groups of consumers, the activities of competitors, competitive advantages of foreign ferments and other issues were analyzed. This study included comparative analysis of existing and potential consumer interests, namely of ready starters consumers. Based on the survey results, ways of improving the communication strategy for two groups of domestic enterprises in the industry were suggested in order to protect their competitive positions. According to the results of marketing research, success factors of foreign brands and domestic brands positioning strategies were identified, and a number of communication activities for companies in the area of information deficit as well as in the area of technical and information gap were proposed.

Keywords: trademark, marketing communications mix, communication policy, brand loyalty, target audience, market of fermented starter cultures.

Вступ. Тенденцією сучасного ринку харчових продуктів є збільшення сектору натуральних та так званих «продуктів для здоров'я», значну частку в якому складають молочні продукти. Ці продукти характеризуються підвищеною біологічною активністю, яка нормалізує мікробне співвідношення корисних бактерій в організмі споживача. Кисломолочні закваски можуть успішно конкурувати з лікарськими препаратами, які можуть погіршувати стан здоров'я за рахунок побічних ефектів. Об'єктивним стимулом до створення функціональних продуктів є ріст захворювань, що пов'язані з розладами нормальної мікрофлори, внаслідок нераціонального харчування, відмови від годування дітей материнським молоком у дітей, надмірного та неконтрольованого використання фармацевтичних препаратів, незадовільного стану довкілля, стресів тощо [1]. Одним із шляхів розв'язання цих проблем є застосування мікробіологічних заквасок. Асортимент функціональних продуктів на молочному ринку України доволі обмежений через обмежені виробничі потужності. Українські підприємства даної галузі працюють в умовах насичення ринку у своїй більшості за рахунок іноземних товарів та посилення нецінової конкуренції. Це зумовлює прагнення вітчизняних виробників до посилення конкурентоспроможності своєї продукції. Одним з найефективніших інструментів захисту своїх конкурентних позицій є формування комунікаційної стратегії підприємства. Крім того, навіть ті підприємства, що випускають конкурентоспроможну продукцію, не можуть ефективно реалізувати цю перевагу через недостатній досвід застосування маркетингових технологій. Тому, формування комунікаційної стратегії вітчизняних підприємств є одним з актуальних питань у даній галузі.

Дослідженню розроблення комплексу маркетингових комунікацій займалися такі науковці, як М. Айзенберг, Дж. Бернет, С. Блек, П. Джовер, Т. Діброва, П. Зав'ялов, Ж.Ж. Ламбен, Т. Лук'янець, С. Моріарті, Г. Почепцов, Є. Ромат, Т. Примак та інші. Ними розглянуто формування комплексу маркетингових комунікацій та оцінка розробленої стратегії просування, проте формуванню комунікаційної стратегії щодо захисту вітчизняних брендів від іноземних компаній, зокрема у галузі бактеріальних заквасок приділено уваги недостатньо.

Постановка завдання. Метою статті є розробити комунікаційні стратегії для вітчизняних виробників, що працюють на ринку бактеріальних заквасок. Досягнення зазначеної мети передбачає проведення маркетингового дослідження та визначення чинників успіху іноземних марок заквасок. Відповідно до отриманих результатів дослідження другим завданням є навести рекомендації щодо комунікаційного комплексу вітчизняних підприємств за отриманими групами.

Методологія. Методологічною базою проведеного дослідження є системний підхід, сучасні теоретичні, практичні та наукові методи пізнання: порівняльний аналіз і методологічного узагальнення, що найбільше відповідають тематиці проведеного дослідження. Інформаційною базою дослідження послуговували дані Державного комітету статистики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, а також первинна та вторинна маркетингова інформація, отримані за допомогою опитування споживачів. Обробка даних проводилась за допомогою статистичного пакету SPSS 19.0 та табличного редактору Microsoft Office Excel.

Результати дослідження. Український ринок кисломолочних сухих заквасок представлений широким вибором асортименту, які здатні задовольняти споживачів з різними мотивами по-

купок. Закваски здатні до лікувальної і профілактичної дії. Попит на даний вид товару зростає з кожним роком в силу зростання хвороб ШКТ, особливо дисбактеріозу (що складає 90% населення та збільшився по відношенню до 2005 року у 10 разів) та алергії (на 4,5% в рік) у дітей [2]. Сучасні модні тенденції спонукають купувати все натуральне і споживачі все частіше звертають увагу на складові компоненти продуктів харчування та лікарських засобів. Споживачі частіше стали використовувати БАДи, ніж лікарські препарати для лікування і профілактики різних захворювань. До товарів заміників кисломолочних заквасок віднести товари-субститути – магазинні готові закваски, а також лікувальні препарати пробіотики і пребіотики, які не заквашують («Біфіформ» і «Лінекс»). Зростання попиту вплинуло на об'єм ринку і збільшило конкуренцію перед усім з боку іноземних компаній. Зростання конкуренції в галузі також зумовлено переходом від виробництва фармацевтичних засобів до виробництва БАДів через спрощену реєстрацію [3].

На ринку представлені такі торгові марки сухих заквасок «Good Food» (Італія), «Genesis» (Болгарія), «VIVO» (Україна), «Симбітер» (Україна), «Lacte» (Україна), «Лактоша» (Україна), «Біфідом» (Україна), «Лактіум» (Україна), «Йогулакт» (Україна) тощо. Найбільші частки ринку належать «Good Food», «Genesis», «VIVO» (рис. 1).

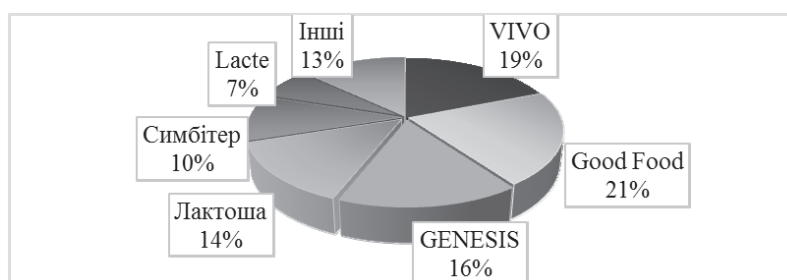


Рис. 1. Частки ринку виробників заквасок на ринку молочно-кислих заквасок [за даними маркетингової дослідницької компанії «InMind»]

Отже, на внутрішньому ринку спостерігається збільшення виробництва заквасок, з'являються нові приватні підприємства, а також деякі підприємства приватизовані закордонними компаніями, наприклад, компанія «Lacte». Імпорт зростає – через вдалу комунікаційну політику, наприклад, компанія «Good Food» з кожним роком збільшує свою долю на ринку. Експорт зростає досить незначно, що зумовлено відсутністю висновків Комісії міжнародних стандартів на багатьох підприємствах. До того ж Україна характеризується недостатністю виробничих потужностей. Деякі вітчизняні підприємства пропонують розвиток сектору в форматі державно-приватного партнерства, що дозволить ефективніше просувати продукцію на ринку.

Отже, у галузі темп росту складає близько 6 %, частка постійних витрат у загальному прирості бізнесу значна, глибина товарної диференціації велика, рівновага поміж конкурентами досить стабільна. У всіх компаній наявні лабораторії, майже у кожній одиниці товару є аналог конкурента, різниця в цінах на товари аналоги не значна. Різниця в ціні забезпечується державною підтримкою молочної галузі, забезпечуючи 40% різницю в цінах між імпортними та вітчизняними продуктами на внутрішньому ринку [4]. На ринку більшу частку займають іноземні товари. Окрім того, після вступу України до СОТ на вітчизняний ринок вийшли не тільки іноземні компанії, але і покращився інвестиційний клімат в Україні. Почали з'являтися компанії, які приватизовані іноземними компаніями. Крім того, більшість споживачів впевнені в тому, що іноземні товари є якіснішими, через масивну рекламу іноземних компаній та через асоціації з кращою фармацевтичною базою.

Аналіз стратегій позиціонування показує, що всі вітчизняні торгові марки знаходяться в зоні інформаційного дефіциту, в той час як основні конкуренти іноземного походження потрапили в зону техніко-інформаційного випередження. Отже, вітчизняним маркам не вистачає інформаційного забезпечення споживачів, що свідчить про важливість удосконалення комунікаційної політики. З даною метою було проведено маркетингове дослідження на даному ринку. Крім того, під час дослідження нами було проаналізовано дві категорії споживачів: споживачі, які купують бак-закваски та споживачів, які купують готові закваски.

В процесі проведення опитування виявлено недовіру споживачів до вітчизняних заквасок. Результати показали, що конкурентними перевагами іноземних заквасок над вітчизняними, на думку споживачів молочно-кислих бактеріальних заквасок, є інноваційні технології, а на думку споживачів бак-заквасок – ширина асортименту (рис. 2). Треба зазначити, що у виробників «Good Food», «Genesis», «VIVO», «Симбітер» спостерігається найбільше наповнення асортименту бактеріальних

сухих заквасок. У виробників «Good Food», «VIVO» наявні науково-дослідницькі центри, у торговій марки «Genesis» наявні дослідницькі лабораторії, ТМ «Симбітер» має науково-виробничу базу, що забезпечують можливість створення нових видів заквасок з новими профілактично-лікувальними властивостями. У інших вітчизняних виробників лабораторій мало, наявні заводи, тому ширина асортименту невелика.

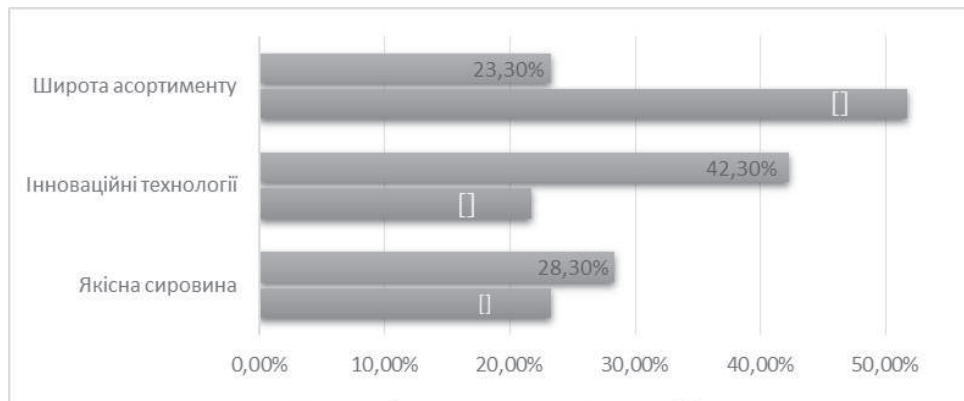


Рис. 2. Конкурентні переваги іноземних заквасок [за результатами проведеного дослідження]

У ході проведеного дослідження встановлено, що майже 90 % споживачів бактеріальних заквасок і лише 30% споживачів готових заквасок знають про різні профілактично-лікувальні властивості бак-заквасок. Споживачі знають про корисність дії заквасок таких як виведення шлаків та поновлення мікрофлори. Виявлено, що розуміння про те, що таке закваски і їх можливості дуже розмите у споживачів готових заквасок і більш конкретне, але все ж таки невизначене у споживачів бак-заквасок. Серед споживачів, які купують бактеріальні закваски використовують для лікування – 31,7 %, для профілактики – 68,3 %.

Проаналізовано, що думають споживачі про домішки і сторонню мікрофлору в заквасках. Так виявлено, що споживачі мало поінформовані про домішки, особливо ті, які споживають готові закваски. Про відсутність домішок серед споживачів бак-заквасок вказало 88,3%, а серед споживачів готових заквасок лише 13,2 %. Вони вважають, що в бак-заквасках присутні різні домішки (емульгатори, смакові домішки, ГМО тощо). Також багато споживачів ніколи не задумувались про сторонню мікрофлору, вони не знають, що це. Знають, що стороння мікрофлора це погано, але чим вона загрожує не розуміють. Тому підприємства мають поширювати культуру споживання бактеріальних заквасок, поширюючи інформацію про важливість пробіотичних препаратів. Судження про важливість споживання вітаміну С при захворюваннях є застарілим. На сьогоднішній день виявлено, що складовою нормального функціонування імунної системи є наявність специфічних бактерій в організмі. Збалансувати вміст корисних бактерій в організмі людини можливо за допомогою споживання бактеріальних заквасок.

Поінформованість споживачів бак-заквасок щодо способу приготування і застосування є 100%, а споживачів готових заквасок на 75%, оскільки 25% назвали нереальні властивості бак-заквасок. Це говорить про недостатність інформування споживачів взагалі.

Актуальність удосконалення стратегії просування доводить і проведений аналіз ефективності просування торгових марок.

На рис. 3 зображені торгові марки, які назвали споживачі без підказки (спонтанна відомість) та з підказкою.

Споживачі готових заквасок часто не могли зорієнтуватися і назвати хоча б одну торгову марку. Проте по обом категоріям споживачів були названі найбільше «Good Food», що говорить про ефективне її позиціонування та агресивну рекламну кампанію. Проте у ході дослідження виявлено, що лояльність до певних марок ще не є сформованою, що вказує на необхідність проведення відповідних заходів щодо програм лояльності.

Визначальними факторами при виборі ТМ заквасок є реклама, медіа-підтримка та наявність товару в торговій точці і те, що вони підходять для дітей (рис. 4).



Рис. 3. Відомість торгових марок бак-заквасок серед споживачів [за результатами проведеного дослідження]

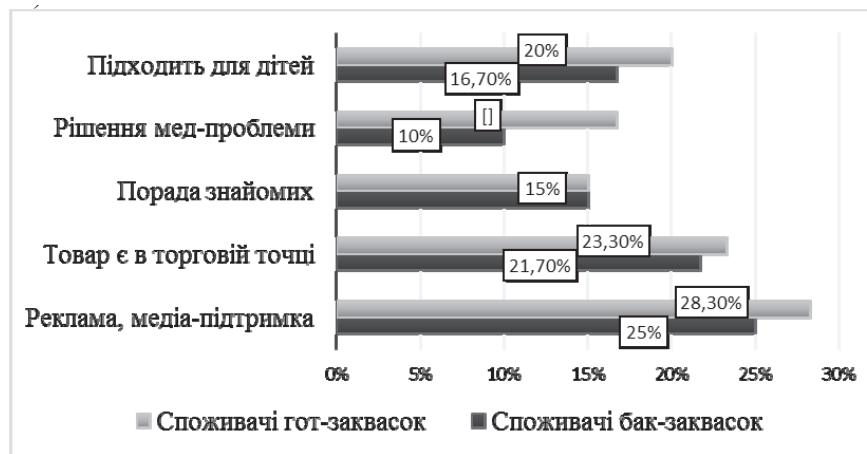


Рис. 4. Визначальні фактори при виборі бак-закваски [за результатами проведеного дослідження]

Отже, споживачі вказали, що найважливішими факторами є реклама і наявність товару в торговій точці. Це підтверджує актуальність гіпотези щодо удосконалення комунікаційної політики, а також налагодження збутових зв'язків для вітчизняних ТМ бак-заквасок. Проаналізовано людський фактор впливу на прийняття рішення. Так самостійно приймають рішення про купівлю 32,8%, прислухаються до порад знайомих 28%, до консультантів у магазині 16,7% і звертаються за порадою до лікаря – 13%. Варіант «інше» (10%) відповідає за поради доктора Комаровського, Олени Малишевої та інших компетентних особистостей. Треба зазначити, що в магазинах і аптеках консультанти часто не володіють інформацією про бактеріальні закваски, тому у споживачів виникає потреба звертатись до лікарів у разі необхідності лікування. Багато компаній-виробників користувались можливістю підвищувати попит на певний вид товару за допомогою рекомендацій лікарів. Проте у 2010 році введена адміністративна відповідальність за рекомендацію пацієнту комерційної назви препарату, а не міжнародної патентованої назви [5]. Це не є позитивним фактором для багатьох підприємств, оскільки таке обмеження перекладає здобуття інформації про методи лікування заквасками на плечі споживачів без можливості пояснити споживачу про переваги певних видів заквасок.

Для того, щоб проаналізувати процес прийняття рішення про купівлю споживачами бак-заквасок були проаналізовані найбільш часті місця здійснення покупки. Виявлено, що 35 % купують в аптеці, 13,3 % – в магазині, супермаркеті, 16,7 % – в офіційному магазині компанії, 10 % – в інтернеті, 25 % – замовляють онлайн доставку на офіційному сайті компанії. Отже, для того, щоб підвищити рівень продажів, треба більше зосередити уваги на аптеках, приділити більше уваги до інформаційних носіїв, які зможуть зацікавити потенційних споживачів.

Найважливішими недоліками бактеріальних заквасок є тривалість процесу приготування (74,7%) для споживачів бак-заквасок і потреба в термосі або йогуртниці (36,7%) для споживачів готових заквасок. Серед іншого було зазначено, що купівля заквасок є менш економічно вигідною, а також, що для зміни смаку треба купувати варення, мед, наприклад, в той час як смак магазинних не потрібно змінювати і переплачувати за додаткові продукти. Виявлено, що однорідність споживачів і країни-виробника заквасок не має значення, оскільки вони не розуміють взаємозв'язок між країною-виробником і споживачем.

Отже, за допомогою дослідження виявлено, що на ринку існують чотири компанії з великими частками ринку, серед яких дві вітчизняні ТМ «VIVO» та ТМ «Лактоша». Проте лідерами ринку є дві іноземні компанії. В результаті проведених досліджень виявлено, що їх високі частки ринку зумовлені недовірою споживачів до вітчизняних виробників бактеріальних заквасок, оскільки споживачі вважають, що закордоном використовуються інноваційні технології, а на вітчизняних виробництвах надлишок радянського устаткування. Також, через недостачу комунікаційних засобів, споживачі вважають, що у іноземних ТМ ширший асортимент. В аптеках і магазинах спостерігається найбільша кількість друківаних засобів комунікації іноземних компаній, можна дістати буклет і ознайомитись детально з кожним видом закваски іноземної компанії «Good Food» та «GENESIS» і їх функціями. Інформацію про вітчизняні закваски можна отримати лише в мережі, оскільки реклама на друкованих носіях у вітчизняних виробників майже відсутня. Реклама у вітчизняних ТМ майже відсутня, а отже не зрозуміло, що закваски насправді представляють собою, і які справжні переваги споживач отримує приймаючи закваски у повсякденному житті. Відмічено, що споживачі готові змінити своє рішення про купівлю закваски, якщо буде більше інформації про закваски у місцях продажу.

Аналіз стратегій позиціонування показує, що ТМ «VIVO», «Симбітер», «Lacte» знаходиться в зоні інформаційного дефіциту, ТМ «Лактоша», «Біфідом», «Лактіум» та «Йогулакт» у зоні техніко-інформаційного відставання, в той час як основні конкуренти іноземного походження ТМ «Good Food», ТМ «GENESIS» потрапили в зону техніко-інформаційного випередження.

Тому, для вітчизняних ТМ «VIVO», «Симбітер» та «Lacte», що займають на українському ринку кисломолочних заквасок найбільші частки та мають найширший асортимент, потрібно розширювати ринок споживачів за допомогою неособистих і особистих каналів комунікації збільшуючи культуру споживання бактеріальних сухих заквасок, які вживають для профілактики і лікування вживаючи як пробіотики, так і заквашуючи, а також підвищувати поінформованість споживачів готових магазинних заквасок про переваги використання бак-заквасок, їх можливості. Для таких компаній рекомендовано спонсорство програм про здоровий образ життя та програми приготування їжі. Застосування Event Marketing – організацію сімейних свят з наданням можливості спробувати закваски в приготовленому вигляді у різних цілях та за різними умовами. Рекомендовано використання Public Relations через поширення статей у спеціалізованих виданнях та популярних журналах як супровід Event Marketing. Щодо стимулювання збуту споживачів, то компаніям рекомендовано використання цінового стимулювання – знижки для постійних покупців і товарне стимулювання для нових споживачів (що відносяться до групи готових заквасок) – лотереї, розіграші йогуртниць тощо. Використання реклами не тільки в мережах (банери на сайтах та в соціальних мережах), а і друкованої реклами – плакати біля лікарень, поліклініки, в аптеках, салонах краси, фітнес-клубах, спорт-комплексах і листівки в місцях продажу з максимально інформаційним наповненням щодо переваг бак-заквасок над готовими заквасками і посиланням на офіційні сайти компаній. Рекомендована телевізійна реклама, в якій буде показаний процес приготування і поширення інформації за рахунок чого закваски ефективні при захворюваннях і алергіях, поширення інформації щодо важливості і відсутності сторонньої мікрофлори, домішок, ГМО в кисломолочних заквасках. Участь у виставковій діяльності – міжнародних виставках «WorldFood Ukraine», «Мир мороженого и холода» & «Молочная и мясная индустрия XXI ст.», «Продэкспо», «Ануга». Розміщення інформації про компанії у каталогах учасників виставок, максимальне розповсюдження серед учасників та відвідувачів виставок рекламних листівок, буклетів; роздача сувенірних наборів з елементами фірмового стилю компанії.

Для таких вітчизняних ТМ як «Лактоша», «Біфідом», «Лактіум» та «Йогулакт», що мають неширокий товарний асортимент рекомендується збільшити популярність зайнявши позицію концентрованого маркетингу. Для таких компаній рекомендується звернути більше увагу на особистий канал комунікації. В першу чергу на особистий продаж в офіційних магазинах з елементами прямого маркетингу – збір інформації про клієнтів; пошук способів задоволення потреб споживача. Після здійснення покупки пропонується інформування споживачів про новинки і акції компаній по залишеним телефонам або електронним поштовим адресам, міським поштовим адресам. Виходячи з бюд-

жету компаній рекомендовано підписувати контракти зі школами і дитячими садками і розміщувати в них друковану рекламу. Для цих компаній більш доступним є збільшити рекламу в соціальних мережах і інтернеті, створювати і максимально наповнювати офіційні сайти. Рекомендується реклама у журналах і спеціалізованих виданнях. Даний комплекс маркетингових комунікацій має засновуватись на ідеї, що закваски є унікальними у зв'язку з тим, що виготовляються спеціалізованими фармацевтичними підприємствами. Запропонований комплекс маркетингових комунікацій забезпечить мінімальні витрати для підприємств і збільшить популярність торгових марок з можливістю в майбутньому збільшити частку ринку.

Висновки. Результати дослідження мають як теоретичне так і практичне значення, та можуть бути використані у подальших дослідженнях вітчизняного ринку молочнокислих бактеріальних заквасок. Наукова новизна отриманих результатів полягає у визначенні шляхів вдосконалення комунікаційної стратегії для двох груп вітчизняних виробників бактеріальних заквасок щодо захисту своїх позицій. Так відповідно отриманих результатів маркетингового дослідження, виявлених чинниках успіху іноземних марок та до стратегії позиціонування вітчизняних марок було запропоновано ряд окремих комунікаційних заходів для компаній, що ввійшли у зону інформаційного дефіциту та у зону техніко-інформаційного відставання.

Література:

1. Ганіна В. І. Сучасний погляд на пробіотичні продукти / В. І. Ганіна // Все про молоко. - 2001. - № 3. - С.38-41
2. Шубравська О.В. Розвиток ринку молока і молочної продукції: світові тенденції і вітчизняні перспективи / О.В. Шубравська, Т.В. Сокольська // Економіка і прогнозування. - 2008. - № 2. - С. 80-93.
3. Галак І.М. Залучення інвестиційних ресурсів на молокопереробні підприємства / І. М. Галак // Економіка АПК. - 2007 - № 3 - С.82-85.
4. Офіційний сайт міністерства економічного розвитку і торгівлі України// <http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/4044.html>
5. Постанова кабінету міністрів України № 208 від 17 лютого 2010р. «Про деякі питання удосконалення системи охорони здоров'я» // <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/208-2010-%D0%BF>

Базь М.О.

канд. економ. наук

Домашева Є.А.

Національний технічний університет України «КПІ»

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ДЕТЕРМІНАНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТ НА РИНКУ ІНВЕСТИЦІЙ

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ДЕТЕРМИНАНТ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ ИНВЕСТИЦИЙ

INVESTMENT MARKETING AS DETERMINANT OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES AT THE MARKET OF INVESTMENTS

У статті розглянуто питання щодо важливості інвестиційного маркетингу в сучасній ринковій діяльності, інноваційності такої послуги, її ефективності в забезпеченні споживчого ефекту від економічних процесів. Актуалізовано інтерес до цієї методики роботи на ринку, що є сильною зброєю при розумному застосуванні. Розглянуто аспекти інвестиційного маркетингу, його сутність, стратегії, етапи стратегічного планування, принципи. Також взято до уваги актуальність розвитку концепції маркетингу, що спирається на новий тип мислення; досліджено специфіку інвестиційного ринку; тактику відносин з інвесторами; методи аналізу факторів ризику від інвестиційної діяльності. Враховуючи загальні економічні тенденції визначаються цілі даного виду діяльності, доцільність використання та розвитку в умовах глобальних змін, ефективність та дієвість на ринку України, перспективи, що виникають при реалізації інвестиційних проєктів. Доведено невід'ємність інвестиційного маркетингу як детермінанта конкурентоспроможності підприємств на ринку інвестицій.

Ключові слова: маркетинг, інвестиційний маркетинг, інвестиційний ринок, стратегічне планування, принципи, фактори ризику, детермінант конкурентоспроможності.

В статье рассмотрен вопрос о важности инвестиционного маркетинга в современной рыночной деятельности, инновационности такой услуги, ее эффективности в обеспечении потребительского эффекта от экономических процессов. Актуализирован интерес к данной методике работы на рынке, которая является мощным оружием при адекватном использовании. Рассмотрены аспекты инвестиционного маркетинга, его сущность, стратегии, этапы стратегического планирования, принципы. Также принято во внимание актуальность развития концепции маркетинга, которая опирается на новый тип мышления; исследовано специфику инвестиционного рынка; тактику отношений с инвесторами; методы анализа факторов риска инвестиционной деятельности. Учитывая общие экономические тенденции, определяются цели упомянутого вида деятельности, уместность использования и развития в условиях глобальных перемен, эффективность и действенность на рынке Украины, перспективы, которые возникают во время реализации инвестиционных проєктов. Доказана неотъемлемость инвестиционного маркетинга как детерминанта конкурентоспособности предприятий на рынке инвестиций.

Ключевые слова: маркетинг, инвестиционный маркетинг, инвестиционный рынок, стратегическое планирование, принципы, факторы риска, детерминант конкурентоспособности.

In the article considered the question of the importance of investment marketing in the modern market activity, innovativeness such services, its effectiveness in ensuring consumer effect on economic processes. Purpose of the article is to heave the interest to this methodology of work at the market,

that is a powerful weapon, if to use it with a mind. Specified aspects of investment marketing, its essence, strategies, milestones, strategic planning, and principles. Also taken into account the urgency of the development of the marketing concept, based on a new type of thinking; specificity of the investment market; the tactics of relations with investors; methods of analysis of risk factors investment activity. General economic tendencies are taken into account and the aims of the mentioned type of activity, appropriateness of the use and development in the conditions of global changes, efficiency and effectiveness, are determined on to the market of Ukraine, prospects which arise up during realization of investment projects. Proven the inalienability investment marketing as determinant of competitiveness of enterprises at the market of investments.

Keywords: *marketing, investment marketing, investment market, strategic planning, principles, factors of the risk, determinant of competitiveness.*

Вступ. Сучасний етап розвитку маркетингу пояснюється радикальними змінами, що відбуваються в глобальному ринковому середовищі. Стає очевидною трансформація самого об'єкта маркетингу, його суперечливість і мінливість. В умовах модернізації економіки параметри приросту суспільного відтворення визначаються мультифакторною продуктивністю, що тягне за собою зміну і ускладнення структури інвестиційних процесів. Інвестиції, приймаючи форму інноваційних, несуть в собі інше сутнісне наповнення, в них оформлюються не поточні, а перспективні потреби відтворювального процесу. Інвестиційний маркетинг стає однією з головних ознак наявності динамічних змін в економіці. В найширшому сенсі дана дисципліна повинна інтерпретуватися як перманентний процес управління в сфері стратегічного та поточного планування інвестиційних процесів, спрямованих на задоволення попиту, на капітал та отримання максимального прибутку інвесторами. Іншими словами, це синтез можливостей інвестора і потреб споживача в інтересах реалізації цілей обох сторін. Маркетинговий потенціал інвестицій представляється у вигляді створення нових сфер виробництва та сфер обслуговування, реконструкції та оновлення старих галузей на основі послідовних інновацій різного роду. Маркетингові дослідження дають можливість якісно і кількісно оцінити альтернативні варіанти розвитку, скласти прогнози на майбутні періоди, як результат, обрати задовільну альтернативу управлінського рішення щодо інвестиційної діяльності.

Інвестиційний маркетинг став актуальною темою для дослідження багатьох науковців, вчених, практиків, які звертали увагу на цей аспект як фактор конкурентоспроможності. Маркетинг інвестиційних проектів вивчали І. І. Мазур, В. Д. Шапіро. Такі автори як А. А. Браверман, В. В. Томілов, О. В. Пісоцька розглядають інвестиційний маркетинг як інструмент формування ринкового середовища; як комплексну програмну діяльність, спрямовану на формування виробничо-економічних рішень у сфері інвестицій. В. А. Зімін, В. Ф. Баумгернер використовують у своїх роботах поняття «інвестиційний маркетинг», який полягає у виборі інвестиційного проекту та узгодженні інтересів з інвесторами. В. А. Зімін підкреслює, що даний термін не є науково-обґрунтованим в достатній мірі [1; 241]. Ф. Котлер, К. Асплунд, І. Рейн, Д. Хайдер – автори книги «Маркетинг місць», дослідили шляхи залучення інвестицій.

Перелік вчених, що досліджують питання інвестиційного маркетингу, маркетингових стратегій не обмежується лише згаданими, однак дана тематика ще повністю не розкрита. Невизначеним залишається питання інвестиційного маркетингу як детермінанти конкурентоспроможності інвестиційних підприємств. Важливим є аналіз оптимальних маркетингових стратегій та поведінки ринкових суб'єктів, дослідження специфіки інвестиційних товарів та шляхів формування конкурентоздатності, що дасть змогу виявити напрями впливу підприємства на ринок для здійснення збуту виготовленої продукції.

Постановка завдання. Мета роботи – дослідити економічні відносини, які виникають між суб'єктами ринку в процесі виведення інвестиційного товару на ринок, виявити специфіку ринку інвестицій, проаналізувати ступінь впровадження інвестиційного маркетингу на вітчизняному ринку, систематизувати стратегії та принципи дисципліни, розглянути інвестиційний маркетинг як детермінант конкурентоспроможності підприємств на ринку інвестицій.

Методологія. Основні теоретичні та методологічні положення дослідження ґрунтуються на аналізі наукових праць, статей, методичних розробок провідних українських та зарубіжних учених, спеціалістів з маркетингу, інвестиційної діяльності. Доведення аспектів, що є цілями дослідження, виконане із використанням методів теоретичного та емпіричного наукового пізнання, а саме: порівняння, метод аналізу та синтезу, метод теоретичного узагальнення та систематизації.

Результати дослідження. Порівняно нещодавно з'явилася нова послуга для інвестиційного сектору економіки - інвестиційний маркетинг, який досліджує умови залучення інвестиційних коштів,

можливості створення і роботи нових підприємств у перспективних галузях економіки [2]. Основна мета – забезпечити замовника передовими науковими, інноваційними та ринково-практичними знаннями, вміннями і навичками в галузі інвестицій, а також – відомостями про конкурентів і засоби забезпечення стійкого положення в інвестиційному секторі економіки. І, як наслідок, усіма засобами сприяти активізації інвестиційного процесу та зростанню конкурентоспроможного виробничого потенціалу. Інвестиційний маркетинг - це аналіз інвестиційної кон'юнктури, спрямований на виявлення, узгодження інвестиційних можливостей і потреб підприємства в розробці і реалізації інвестиційних проектів і програм з метою отримання прибутку (доходу) або іншої вигоди. Напрямок дії – конкретний об'єкт зі своїми перевагами й недоліками. У свою чергу позитивні риси варто представити інвестору найбільш якісно, обґрунтовуючи інноваційність, конкурентні переваги продукту, послуги, проекту. Варто акцентувати увагу на можливості отримання більш високого доходу при менших ризиках. Згадані положення – спосіб стимулювання потенційних вкладників, а маркетинг – важіль, що впливає на їх рішення. Для багатьох українських підприємств це нове явище, яке не отримало поки належного розвитку. Тому доцільно використовувати переважно зарубіжний досвід в цій області, а також положення загальної теорії маркетингу.

Залучення інвестицій, створення сприятливого інвестиційного клімату (використовуючи внутрішні ресурси, іноземні кошти) є важливим аспектом розвитку країни, окремої галузі, підприємства. Це пояснюється тим, що інвестиції сприяють створенню й модернізації основних фондів (покращується процес обслуговування споживачів, підвищується якість наданих послуг), забезпечують появу нових технологій і осучаснення старих за рахунок НТП, дають можливість розвитку малого бізнесу (вирішення соціальних проблем), виступають головним інструментом реалізації інноваційної політики.

Україна перебуває у складному економічному становищі. Розглядається питання розробки і втілення економічних реформ, одним із пріоритетних напрямів яких є проведення ефективної інвестиційної діяльності. Для реалізації цього процесу важливим є застосування відповідного інструментарію. Найбільш релевантним є використання і аналіз досвіду у сфері маркетингу як теорії і практики управління підприємством. Сьогодні це динамічна наука, що забезпечує реалізацію і просування ідей, концепцій, поглядів. Нова ера стала періодом формування нового типу мислення – маркетингового, тому особливо активізується інтерес до цієї галузі, і як його складової – інвестиційного маркетингу.

Уже зроблено перші успіхи в даній сфері – утворено Львівський регіональний центр з інвестицій та розвитку, який займається формуванням позитивного інвестиційного іміджу, просуванням інвестиційних можливостей регіону, бере участь у спеціалізованих заходах та місіях; організовано «Біржу інвестиційних проектів», діяльність якої буде здійснюватися під загальним брендом Invest Ukraine (включає функцію «Єдиного інвестиційного вікна» та комплексну програму інвестиційного маркетингу України); функціонує Київський міський центр з інвестицій і розвитку, який сприяє підвищенню інвестиційної привабливості м. Києва.

Розглянемо аспекти інвестиційного маркетингу на прикладі фрагменту побудови «дерева цілей» інвестиційного маркетингу (див. рисунок 1).

Як ми бачимо, перший аспект – безпосереднє здійснення традиційної маркетингової діяльності, що включає вивчення попиту, сегментації ринку, вибір цільового сегменту, розробку ринкової і продуктової стратегії, товарної політики, методів стимулювання збуту. Другий – пов'язаний з діяльністю на інвестиційному ринку, учасниками якого є підприємства, кредитні установи, страхові організації, позабюджетні фонди. Взаємодія цих сторін ґрунтується на узгодженні можливостей і потреб в інвестиційних розробках. Причому, потреби інвесторів знаходяться в залежності від ступеня задоволення попиту на товари та послуги, виробництво яких планується в разі реалізації проекту.

Ринок інвестиційних товарів суттєво випереджає споживчий ринок за товарною номенклатурою та обігом грошових коштів. Ринок охоплює коло споживачів, до якого входять підприємства, асоціації, кредитні заклади, страхові організації і т.п., які мають можливість інвестування передбачуваних об'єктів. Постачальник інвестиційних товарів працює зі значно меншою кількістю покупців, ніж його колега зі споживчого сектору. Нечисленні споживачі більші, ніж в споживчому секторі. Навіть в галузях, де присутня велика кількість виробників, основна закупівельна частина припадає тільки на кількох великих споживачів. Внаслідок цього саме вони і будуть виконувати закупівлю основної маси вироблених товарів, які призначені в цілому для галузі [4]. Цей ринок є сферою взаємодій інвестиційного маркетингу з його економічними інтересами.



Рис. 1. Фрагмент побудови «дерева цілей» інвестиційного маркетингу [3; 241]

Прослідкувавши специфіку інвестиційного ринку, його відмінності, було сформовано детермінанти конкурентоспроможності інвестиційних підприємств: кон'юнктура інвестиційного ринку, а саме тип конкуренції, рівень попиту та пропозиції, природа їх формування та узгодження; відносні характеристики інвестиційного проекту; стан потреб та платоспроможності інвесторів і споживачів; інвестиційний маркетинг, одним із завдань якого є формування когнітивного простору інвестора для здійснення ним стратегічно зважених рішень; безпосередньо зміст когнітивного простору (позитивний або негативний); якість міжорганізаційних зв'язків всіх суб'єктів інвестиційного проекту (рис. 2).

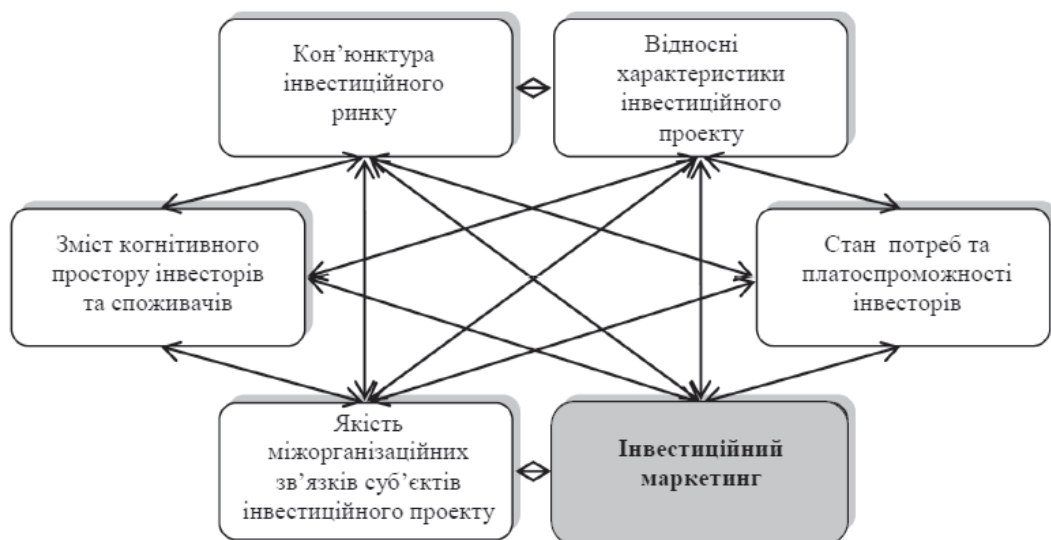


Рис. 2. Детермінанти конкурентоспроможності підприємств на інвестиційному ринку
Джерело: адаптовано авторами на основі [5; 99]

Маркетинг у свою чергу формує на ринку інвестицій основні характеристики інвестиційних проектів. Головне при цьому - забезпечити високу ступінь привабливості проекту. Важливим є до-

тримання принципу багатоваріантності і оптимальності маркетингових рішень, що досягається розробкою безлічі варіантів і вибором оптимального на базі основних критеріїв ефективності інвестиційних проектів з урахуванням їх пріоритетності.

Сучасні ринкові умови зумовлюють необхідність розвитку класичної маркетингової концепції, і одночасно з цим, концепції інвестиційного маркетингу. Спираючись на маркетингову концепцію, інвестиції можна визначити як послуги з приводу здійснення корисної діяльності, яка забезпечує споживчий ефект у всій сукупності матеріальних, технічних, економічних, соціальних і наукових інтересів. Тобто це комплекс послуг, пов'язаних з формуванням умов життєдіяльності сучасної людини.

Проблемою є те, що жодне підприємство не забезпечене в достатній мірі необхідним обсягом фінансових ресурсів для розвитку й росту. При цьому ефективна маркетингова діяльність сприяє збільшенню доходів бізнесу. Інструментами інвестиційного маркетингу формуються шляхи для більш доступного й прибуткового залучення капіталу.

Виникнення ідеї еволюції маркетингової концепції пов'язане з певними процесами. По-перше, суб'єкти збільшують витрати на маркетинг і виникає потреба в контролі за їх ефективністю, беручи до уваги інвестиційний характер даних витрат. По-друге, удосконалення, поява нових чинників інвестиційної маркетингової діяльності потребує масштабнішого злиття різних проектів підприємства. Постає питання щодо стратегій інвестиційного маркетингу. Дані стратегії спрямовані переважно на збільшення контрольованої частки ринку, використовуючи основні фактори маркетингової діяльності. Вони є результатом процесів стратегічного бізнес-планування, що, поєднуючись з інвестиційними процесами, виступають як інтегральний рух інвестицій відмінних форм і рівнів.

В інвестиційному маркетингу переважають такі стратегії: «підзорної труби», «на абордаж». Перша ґрунтується на уважному дослідженні бізнес-простору на відстані за допомогою механізмів і технологій, які не дозволяють розпізнавати ваші дії та ідеї наперед. Друга стратегія визначається рішучістю та натиском. Одночасно з цим, в обох випадках повинні враховуватися: прогнози розвитку інвестиційної кон'юнктури (песимістичний, оптимістичний, реально-ймовірносний, форс-мажорний); зміни в структурі інвестиційних сегментів ринків; можлива динаміка змін ціни та вартості; реальна та прогнозована моделі маркетингової поведінки конкурентів [6].

Стратегічне планування маркетингу інвестицій можна трактувати як звичайний управлінський процес створення і підтримання стратегічної відповідності між цілями організації та її потенційними можливостями у сфері інвестиційного маркетингу. Планування описує, які маркетингові дії необхідно втілити, чому вони є важливими; визначає, хто відповідає за їх реалізацію, місце, терміни здійснення, кінцевий результат. Стратегічне планування в досліджуваній галузі включає наступні етапи: визначення цілей; їх обґрунтування; утвердження цілей інвестиційного маркетингу, спираючись на загальні цілі бізнес-одиниці; виконання ситуаційного аналізу; розробка стратегії маркетингу; формування тактичних кроків; управління результатами та аналіз наслідків [7].

Варто відмітити, що розробка стратегії маркетингу щодо виходу на ринок з новим інвестиційним проектом є невід'ємною частиною планування. Лише після цього керівництво оцінює ділову привабливість пропозиції. Отримавши позитивні результати вирішується чи варто переходити до безпосереднього контакту з інвесторами, на основі чого складається план заходів. Призначення даного кроку – визначити конкретні цілі, терміни, передбачити відповідні дії для виконавців. План маркетингу – базис, що є складовою процесу управління маркетингом.

Одним з ключових показників ефективності функціонування інвестиційного маркетингу став індекс задоволеності інвесторів, який характеризується множинністю «інвестиційних» критеріїв. Даний показник поєднує комплексні якісні та кількісні оцінки задоволеності приватних і корпоративних інвесторів і ґрунтується на систематичному порівняльному і стратегічному аналізі даних інвестиційного сектору економіки, шляхом регулярного пошуку та відбору інформації в межах країни. Прийнято розглядати тактику маркетингових відносин з інвесторами, головними завданнями якої є підвищення цінності акцій, зниження вартості інвестиційного капіталу, постійна інформаційна підтримка, пошук способів зниження ризиків, що супроводжують інвестиційний бізнес [8].

Оскільки інвестиційний період є тривалим у часі важливо розглядати фактори ризику. Для цього використовуються такі методи, як аналіз чутливості проекту на результативні показники, розрахунок точки беззбитковості, імітаційна модель оцінювання ризиків, методи формалізованого опису невизначеності (аналіз сценаріїв розвитку або побудова «дерева рішень»), а також метод розрахунку поправки на ризик норми дисконту.

Необхідним елементом концепції інвестиційного маркетингу, поряд зі згаданими вище є наведені наступні принципи [9].

1. Принцип повної забезпеченості ресурсним потенціалом для існування економічних суб'єктів та шляхи його використання. Здатність забезпечувати інвестиційну діяльність в оптимальних розмірах і створити механізм модифікації інвестиційних ресурсів в об'єкти інвестиційної діяльності.

2. Принцип цільової орієнтації та комплексності. Полягає в інтеграції в єдиний інвестиційний процес усіх елементів діяльності. Комплексність означає, що використання маркетингових дій поодиночі не дасть того синергетичного ефекту, який присутній в маркетинговій системі. Комплексність гарантує поєднання: 4Р класичного маркетингу; двох сфер діяльності – традиційного ринку товарів і послуг та інвестиційного ринку; інтересів всіх учасників ринку інвестицій і створення взаємопов'язаних умов для всіх сторін інвестиційного процесу.

3. Принцип багатоваріантності та оптимальності маркетингових рішень.

4. Принцип своєчасної реалізації інвестиційних проектів, що ґрунтується на врахуванні фактору часу. Відображає готовність маркетингових інвестиційних заходів до практичного застосування.

Висновки. Враховуючи викладену інформацію можна стверджувати, що використання інвестиційного маркетингу дозволить стабілізувати, регулювати інвестиційний механізм, дасть поштовх для підвищення активності, ефективності, покращення кінцевих результатів підприємств на ринку інвестицій, сприятиме більш якісному між організаційному зв'язку між суб'єктами ринку. Обумовлено це тим, що інвестиційний маркетинг, спираючись на стратегії та принципи, передбачає глибокий аналіз виробничої діяльності підприємства, можливостей його розширення або модернізації, загроз та їх уникнення, конкуренції з боку потенційних конкурентів, пошук перспективних інвестиційних проектів, дослідження ситуації на макрорівні, аналіз впливових динамічних процесів.

Гнучка, дієва система управління, яка в основі має маркетингові принципи, дає можливість отримати конкурентні переваги, раціонально використати ресурси, сформулювати інвестиційну привабливість, оптимальну структуру дій. Знання з інвестиційного маркетингу орієнтують на високий рівень використання інвестиційних комунікацій, які потребують відповідного критичного аналізу інформації. Без маркетингового підкріплення дуже важко надати інвесторам доцільну, релевантну інформацію щодо реалізації, результативності, доцільності інвестиційних пропозицій та проектів. Тому інвестиційний маркетинг

Перспективою подальших наукових розробок за даним напрямом є розробка рекомендацій щодо продуктово-ринкових стратегій підприємств з урахуванням специфіки інвестиційного ринку.

Література:

1. Боброва І.І., Зімін В.О. Инвестиционная рулетка. Мистика финансовых рынков. – М.: Вершина, 2006. – 480 с.
2. Вступ до маркетингу: конспект лекцій / Шевченко Л.С., Гриценко О.А., Макуха С.М. та ін.; за ред. Шевченко Л.С. – Х.: Нац. юрид. акад. наук України, 2008. – 71 с.
3. Асаул А.Н., Грахов В.П. Интегративное управление в инвестиционно-строительной сфере / под ред. д. э. н., профессора, Заслуженного строителя РФ А. Н. Асаула. - СПб.: «Гуманистика», 2007. - 248 с.
4. Мидлер Е.А., Ованесян Н.М. Инвестиции в аспекте маркетинга: рыночная природа, специфика маркетинговых решений [Электронный ресурс] // Журнал «Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление». – 2013. - Режим доступа до журн.: http://www.journal-nio.com/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1
5. Базь М.О. Оцінювання конкурентоспроможності інноваційних продуктів на ринку персональних комп'ютерів : дис. ... канд. економ. Наук. : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / М.О. Базь. – К., 2012. – 244 л.
6. Зимин В.А. Инвестиционный маркетинг как инновационная деловая услуга [Электронный ресурс] // Консультант. Практический журнал для финансового руководителя. – 2014. - Режим доступа: <http://www.buh-galteria.ru/article/n126425>
7. Холодний Г.О. Теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємствах України [Електронний ресурс] / Г.О. Холодний. – Режим доступа: www.docs.google.com/viewer?pid=bl&scrid=ADGEES.
8. Анализ чувствительности [Электронный ресурс] // Финансовый анализ. Информационный онлайн справочник. – Режим доступа: <http://www.financial-analysis.ru/methodses/metIASensitivityAnalysis.html>.
9. Гранин А.Н. Маркетинг инвестиций / А. Н. Гранин // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. - 2013. - № 1. - С. 185-189. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drep_2013_1_39.pdf

УДК 351.77:659.1

Віннікова І.І.*канд. економ. наук, доцент**ДВНЗ «Київський економічний університет імені Вадима Гетьмана»***Пономаренко І.В.***канд. економ. наук, доцент,**ДННУ «Академія фінансового управління»***Гребньов Г.М.***Національний технічний університет України «КПІ»*

ВПЛИВ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОГО ФАКТОРУ НА РЕКЛАМУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

ВЛИЯНИЕ ПОЛИТИКО-ПРАВОВОГО ФАКТОРА НА РЕКЛАМУ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

THE IMPACT OF POLITICAL AND LEGAL FACTORS ON ADVERTISING OF MEDICINES

В статті визначено роль політико-правового фактору та його вплив на рекламу лікарських засобів в Україні. Показано взаємозв'язок між рекламою лікарських засобів і функціонуванням фармацевтичного ринку. Підкреслено роль фармацевтичного ринку як стимулюючого чинника вдосконалення здоров'я нації. Обґрунтовано, що фармацевтичний ринок є відображенням соціально-економічного розвитку країни. Рекламу лікарських засобів розглянуто як ефективний інструмент впливу при вирішенні економічних і соціальних проблем. Особливу увагу присвячено забезпеченню населення України якісними і безпечними лікарськими засобами. Проаналізовано нормативно-правові аспекти реклами лікарських засобів. Визначено перелік вимог щодо виробництва і контролю лікарських засобів з метою впровадження системи європейських стандартів якості. Систематизовано три напрями оцінки якості, безпеки та ефективності лікарських засобів. Розроблено класифікацію реклами лікарських засобів залежно від характеристик цільових аудиторій, завдань реклами, а також характеристик місць доступу споживачів до лікарських засобів.

Ключові слова: реклама, реклама лікарських засобів, фармацевтичний ринок.

В статье определена роль политико-правового фактора и его влияние на рекламу лекарственных средств в Украине. Показана взаимосвязь между рекламой лекарственных средств и функционированием фармацевтического рынка. Подчеркнута роль фармацевтического рынка как стимулирующего фактора улучшения здоровья нации. Обосновано, что фармацевтический рынок является отражением социально-экономического развития страны. Реклама лекарственных средств рассмотрена как эффективный инструмент влияния при решении экономических и социальных проблем. Особое внимание уделяется вопросам обеспечения населения Украины качественными и безопасными лекарственными средствами. Проанализированы нормативно-правовые аспекты рекламы лекарственных средств. Установлено перечень требований по производству и контролю лекарственных средств с целью внедрения системы европейских стандартов качества. Систематизировано три направления оценки качества, безопасности и эффективности лекарственных средств. Разработана классификация рекламы лекарственных средств, в зависимости от характеристик целевых аудиторий, задач рекламы, а также характеристик мест доступа потребителей к лекарственным средствам.

Ключевые слова: реклама, реклама лекарственных средств, фармацевтический рынок.

The authors in the article touches the role of political and legal factors and its impact on the advertising of medicines in Ukraine. The relationship between the advertising of medicinal products and

pharmaceutical market functioning are showed. Emphasizes the role of the pharmaceutical market as a stimulating factor in improving the health of the nation. Proved that the pharmaceutical market is a reflection of the socio-economic development. Advertising of medicines considered as an effective tool in dealing with the impact of economic and social problems are reviewed. Particular attention is paid to the problems of providing the population of Ukraine with quality and safety of medicines. Analyses the legal aspects of drug advertising. The list of requirements for the production and control of drugs for the purpose of the European quality standards introduction are detected. Systematizes three areas of assessment of quality, safety and efficacy of medicines. Develops the classification of drug advertising, which depending on the characteristics of the target audience, advertising objectives and characteristics of places consumers' access to medicines.

Key words: *advertising, advertising of medicines, pharmaceutical market.*

Вступ. Розгортання кризових явищ в економіці нашої країни з початком світової фінансово-економічної кризи зумовило поєднання внутрішніх суперечностей соціально-економічного розвитку країни з проявами глобальної кризи.

Для України вже тривалий час характерним є загострення неузгодженості – протиріччя між капіталізацією економіки, прагненням до підвищення економічної ефективності та об'єктивної необхідності соціалізації економіки, доповнення економічного порядку таким соціальним порядком, який допомагав би вирішити й ключові проблеми економічного життя: забезпечення більш справедливого розподілу доходів і майна, проблему економічної влади й рівномірного розподілу шансів щодо розвитку особистості, витрат на соціальний захист, збереження здоров'я нації і купівельної спроможності щодо придбання лікарських засобів.

На виконання державної програми розвитку галузі активно впроваджується система забезпечення якості лікарських засобів, яка охоплює усі етапи обігу ліків, починаючи з їх створення до реалізації та застосування споживачем (фармацевтична розробка лікарського засобу, належна лабораторна, клінічна, виробнича, дистрибуторська, фармацевтична практики).

Фармацевтичний ринок України – одна із стратегічно-важливих галузей для розвитку нашої держави. Підвищений інтерес до нього викликаний економічними, соціальними і навіть політичними факторами, бо саме через цей ринок забезпечується попит на лікарські препарати, а значить, і захист здоров'я населення. Попит на лікарські препарати, своєю чергою має підтримуватись високим рівнем життя людей, їхньої платоспроможності, а також адекватною структурою і обсягом відповідної продукції [5, 75].

Сьогодні фармацевтична галузь перетворилася в одну з перспективних галузей світової економіки, яка здійснює значний вплив на розвиток соціально-економічних процесів.

Сучасний етап розвитку фармацевтичного ринку України характеризується, з одного боку, все більшим розвитком недержавних форм власності, з іншого — ефективним використанням державного регулювання та контролю.

Для України, як і для багатьох країн світу, фармацевтичний ринок є стимулюючим чинником вдосконалення здоров'я нації і перспективною сферою бізнесу. Україна має всі умови для того щоб фармацевтичний ринок розвивався.

На фармацевтичному ринку реклама лікарських засобів є інструментарієм, який допомагає фармацевтичним підприємствам просувати свої товари на ринок.

Питання становлення та розвитку теорії рекламних комунікацій вивчали у своїх працях такі зарубіжні автори, як: Н.Андрсон, Н.Гованні, Я.Гордон, Е.Гуммесон, Д.Джоббер, Ф.Котлер. Серед вітчизняних вчених у цьому напрямку працювали А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.П. Пилипчук, І.В. Лилик, І.Л.Решетнікова, Т.І. Лук'янець, Т.О. Примаєк, Е.В. Ромат.

Більшість цих вчених приділяло увагу рекламі, рекламним комунікаціям, але питання класифікації реклами лікарських засобів залежно від цільових аудиторій, завдань реклами, систематизації рівнів контролю якості і безпеки не було визначено.

В умовах ринкової економіки підвищується роль реклами, що обумовлено загостренням конкурентної боротьби на фармацевтичному ринку.

Ніхто не ставить під сумнів необхідність використання реклами на ринку лікарських засобів.

Але швидкий розвиток фармацевтичного ринку, поява все нових можливостей, зростання конкуренції галузі вимагає переосмислення підходів до реклами на ринку лікарських засобів.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження впливу політико-правового фактору на рекламу лікарських засобів. Науковими завданнями, які ставляться під час дослідження, є визначення специфіки реклами лікарських засобів, дослідження вимог стандартів якості на фармацевтичному ринку та розроблення класифікації реклами лікарських засобів.

Проблема збільшення рекламної активності на фармацевтичному ринку стає все більш важливою по мірі виникнення необхідності пошуку нових, більш ефективних рекламних можливостей і появи в зв'язку з цим прикладів недобросовісної реклами.

Дослідження правового аспекту реклами лікарських засобів не втрачає своєї актуальності оскільки лікарські засоби є специфічним товаром.

І хоча вплив політичного курсу на окремі види маркетингової діяльності не завжди піддається точній оцінці, ми розглянемо всі аспекти реклами лікарських засобів.

Методологія. Теоретичною і методологічною основою статті є сучасна теорія і практика маркетингу і реклами, закони та нормативні акти України з питань економіки та реклами.

Дослідження ґрунтується на загальнонауковому комплексі методів: аналізу, синтезу, порівняння та аналогій.

Результати дослідження. Будь-яка економічна система працює краще, коли є законодавчі акти, що регулюють ту чи іншу діяльність. Ретельно розроблені регулятивні акти заохочують конкуренцію та забезпечують сприятливі умови для розвитку ринку товарів і послуг. Тому уряд будь-якої країни проводить державну політику, спрямовану на регулювання підприємницької діяльності. Для цього приймаються спеціальні закони і постанови, які обмежують бізнес на благо суспільства в цілому [4, с. 109-110].

Останнім часом у всьому світі постійно зростає роль держави у регулюванні підприємницької діяльності. В Україні затверджено велику кількість законів, що стосуються конкуренції, принципів добросовісної торгівлі, захисту навколишнього середовища, безпечності товарів, упаковки, маркування, правдивості реклами, ціноутворення та інших важливих галузей економіки.

Але поряд з питаннями економічної стабільності і економічної безпеки постає питання регулювання реклами лікарських засобів.

Розвиток ринкової економіки в Україні супроводжується об'єктивним ростом у сфері рекламних послуг. Однак, при всій прибутковості і виправданості цієї галузі бізнесу, рекламні послуги здійснюють негативний побічний вплив як на психологію суспільства, так і на впровадження дійсно нових і, як наслідок, малопотужних технологій і товарів, обмежуючи поле конкурентів розмірами відповідних грошових уливань.

Сучасна реклама є спеціальною формою комунікації. Реклама сьогодні - інструмент впливу при вирішенні економічних, політичних, соціальних проблем. Вона проникла в усі сфери людського існування. По суті, реклама - це інформація. Вона виконує інформативну функцію та формує знання людини [8, с. 11].

Реклама лікарських засобів є інструментом корисного інформування потенційних споживачів. Реклама лікарських засобів зазнає значного впливу політичного середовища. Закони, державні інструкції здійснюють тиски і обмежують її.

Ще один фактор - висока вартість реклами, який стримує можливості просування ліків більшістю вітчизняних виробників, й, водночас, є конкурентною перевагою потужних транснаціональних фармацевтичних компаній. Оскільки комерційна реклама є платною послугою, то в кошторис кожної одиниці товару включається вартість реклами, а це в свою чергу впливає на вартість одиниці товару (тобто лікарського засобу).

Тому рекламу лікарських засобів собі можуть дозволити тільки потужні фармацевтичні компанії.

Аналіз рекламної діяльності провідних закордонних виробників свідчить про те, що більшість рекламованих лікарських засобів не є останніми розробками фармацевтики. Більш того, багато з них не входять у сучасні схеми та стандарти лікування. Це є фактом того, що сьогодні Україна розглядається багатьма західними виробниками як перспективний ринок для збуту застарілих ліків, які вже не витримують конкуренції на розвинутих фармацевтичних ринках.

З іншого боку, ми спостерігаємо ситуацію, коли багато споживачів не в змозі придбати дійсно ефективні ліки, що рекламуються. Тому на ринку з'являються конкуренти-замінники ефективних лікарських засобів.

Ця ситуація яскраво відбивається й у показниках стану здоров'я населення України.

Незадовільний стан здоров'я населення та низька тривалість життя в Україні лишається однією з її медико- та соціально-демографічних проблем. Україна за часткою населення у віці понад 60 років входить до тридцятки найстаріших держав світу, посідаючи наразі 25-26 місце (яке вона поділяє з Норвегією) у рейтингу країн світу за цим показником [9].

Слід зазначити, що проблема забезпечення населення України лікарськими засобами і доведення інформації до споживачів про ці лікарські засоби є важливою. На жаль, в Україні склалася

тенденція щодо самолікування. Тому дуже часто, отримавши з реклами інформацію про лікарський засіб, споживачі приймають лікарські засоби не проконсультувавшись з лікарем.

Ще одна тенденція – відсутність традицій дбайливого ставлення людей до здоров'я. Людина звертається до лікаря, як правило, тоді, коли захворювання переходить уже в хронічну форму. Звідси дуже високі витрати і держави й населення на лікування, адже відомо, що хворобу дешевше попередити, ніж лікувати [5, с.92-93].

Останніми роками чітко визначились нові тенденції в асортиментній політиці, методології реклами лікарських засобів вітчизняними виробниками. Основні з них такі:

- різке збільшення брендovаних генеричних препаратів;
- більш активне використання різноманітних інструментів просування (зовнішня служба – при просуванні, переважно рецептурних препаратів, акції для аптек тощо);
- збільшення активності щодо прямої реклами, спрямованої на кінцевого споживача;
- активізація окремих напрямків іміджевої та соціально спрямованої реклами.

Це сприяло підвищенню поліпшення якості промоцій їх та рекламних зусиль вітчизняними виробниками лікарських засобів, що поступово змінює вектор конкуренції з цінового на інтегровані маркетингові комунікації.

Регулювання державою реклами лікарських засобів є захист споживача від недобросовісної ділової практики. Завдяки регулюванню реклами лікарських засобів зменшилися випадки недобросовісної реклами і споживачі по-перше, не витрачають кошти на непотрібні їм ліки, а по-друге – не купують неякісні препарати, які також дуже часто рекламуються [7].

Деякі фармацевтичні підприємства за відсутності державного контролю могли б розгорнути виробництво ліків низької якості, підкріплюючи їх неправдивою рекламою, і вводити споживачів в оману, використовуючи привабливу упаковку та низьку ціну.

Діяльність рекламних фірм та організацій на ринку України контролюється і регламентується державою і громадськістю.

До цього зобов'язують Конституція України (ст. 42), Положення Міжнародного Кодексу рекламної практики, Правила професійної етики в рекламі, розроблені Спілкою рекламистів в Україні за дорученням Антимонопольного комітету. Правилами необхідно керуватись на основі законодавчого забезпечення рекламної діяльності в Україні.

Закони України “Про лікарські засоби”, “Про рекламу”, “Про захист прав споживачів”, Закони України “Про телебачення та радіомовлення”, “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в країні”, Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції”, Закон України “Про мови”, Постанова ВР України “Про порядок введення в дію Закону України “Про рекламу” та інші.

Аналіз чинного українського законодавства щодо реклами лікарських засобів показав, що Конституція України, як основний закон держави у статті 42 визначає: «Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів»[1].

Тобто держава гарантує, що всі лікарські засоби, які є на ринку України мають бути якісними і безпечними для здоров'я.

Виходячи з цього, систему забезпечення лікарськими засобами фармацевтичного ринку України доцільно розділити на три напрями щодо контролю якості лікарських засобів (таблиця).

Таблиця

Рівні контролю якості лікарських засобів
[Джерело: власні дослідження авторів]

I рівень контролю	– експертна оцінка та реєстрація лікарських засобів
II рівень контролю	- виробництво лікарських засобів та система забезпечення ліками
III рівень контролю	– державний контроль якості лікарських засобів

На першому рівні (експертна оцінка) - Державний фармакологічний комітет МОЗ України приймає документацію від заявника, проводить експертну оцінку якості та систему реєстрації лікарських засобів і, нарешті, вирішує питання допуску лікарських засобів на фармацевтичний ринок України. Державне підприємство “Науково-експертний фармакопейний центр” МОЗ України дає експертну оцінку якості лікарських засобів.

На другому рівні (виробництво) - Державний департамент з контролю за якістю, безпекою та виробництвом лікарських засобів і виробів медичного призначення МОЗ України контролює виробництво лікарських засобів та забезпечує ліками фармацевтичний ринок України.

На третьому рівні (продаж)- Державна інспекція з контролю за якістю лікарських засобів МОЗ України контролює якість лікарських засобів за межами заводу-виробника в медичних установах, аптеках, на оптових складах, в оптово-роздрібній торгівлі.

Система реєстрації ліків вимагає аналізу ідеології й методології використання їх (такий порядок існує у світовій практиці) та відпрацювання відповідних рекомендацій і проектів наказів Міністерства охорони здоров'я України щодо застосування населенням ефективних лікарських засобів високої якості.

Оцінка якості, безпеки та ефективності препаратів здійснюється через процедуру їх державної реєстрації, якій передують експертиза матеріалів, що декларують відповідні властивості лікарського засобу та рекомендації щодо його застосування.

На сьогодні суттєво збільшено обсяг вимог щодо досліджень у галузі фармакології, токсикології, фармації та у хіміко-фармацевтичних напрямках; більше уваги приділяється розробці проектів та інструктивно-регламентуючих документів і рекомендацій, пов'язаних зі створенням, вивченням та впровадженням лікарських засобів, підготовкою необхідних документів для подальшої реєстрації, розробкою рекламної стратегії, спрямованої на захист фармацевтичного ринку України від недоброякісної продукції.

Реклама лікарських засобів є одним із напрямків інформаційного забезпечення стабільного фармацевтичного ринку і повинна відповідати правовим актам країни та міжнародним принципам у сфері обігу ліків з метою створення гарантій їх ефективності та безпеки.

Залежно від статусу відпуску лікарські засоби поділяються на:

- лікарські засоби, які відпускаються та розповсюджуються тільки за рецептом лікаря;
- лікарські засоби, які відпускаються та розповсюджуються без рецепту.

Рішення, щодо засобів поширення рекламної інформації приймають, як правило, з урахуванням характеристик кожного із лікарських засобів, а також приналежності лікарського товару до рецептурних чи без рецептурних препаратів.

Рецептурні препарати рекламуються лише у спеціалізованих друкованих засобах інформації, що розраховані на медичних та фармацевтичних фахівців, і, звичайно, на семінарах та конференціях медпрацівників; без рецептурні ліки дозволяється рекламувати, послуговуючись найширшим арсеналом засобів масової інформації.

Головним нормативно-правовим документом, який визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами - є Закон України «Про рекламу» [2].

Згідно розділу 3 «Особливості рекламування деяких видів товару» дозволяється лише реклама без рецептурних препаратів. Лікарські засоби, які відпускають тільки за рецептом лікаря внесено до переліку заборонених до реклами лікарських засобів. Реклама лікарських засобів має містити рекомендації щодо ознайомлення з інструкцією, та вимогу про необхідність консультації з лікарем.

З огляду на це, ми можемо класифікувати рекламу лікарських засобів, яка розподіляється залежно від характеристик цільових аудиторій, завдань реклами, а також характеристик місць доступу споживачів до лікарських засобів (рисунок).

Регламентация реклами лікарських засобів здійснюється за допомогою низки державних законів та актів. Дозвіл на розміщення інформації, яка може міститися в рекламі лікарських засобів, що реалізуються громадянам за рецептами лікарів, видається Фармакологічним Комітетом Міністерства охорони здоров'я України. Зміст реклами регулюється Законом України «Про рекламу», а також Законом України «Про лікарські засоби».

Згідно з українським законодавством рекламуванню підлягають тільки зареєстровані лікарські засоби.

Рекламувати лікарський засіб підприємство може тільки тоді, коли отримає дозвіл, затверджений Головою Комітету: на різні лікарські форми реклами одного лікарського засобу видається окремий дозвіл на підставі окремої експертизи.

Рішення про погодження рекламної інформації видається заявнику не пізніше 30 днів після подання до Комітету заяви та необхідних документів. У разі незгоди заявника з експертним висновком щодо рекламної інформації він може оскаржити цей висновок до президії Комітету.

Реклама лікарських засобів не повинна мотивувати виключність будь-якого препарату з точки зору гарантованості ефекту нешкідливості та відсутності побічної дії, без альтернативності його

застосування щодо інших існуючих лікарських засобів, справляти враження, що за умов його застосування медична консультація фахівця не потрібна, а відмова від прийому препарату спричинить шкоду для здоров'я, містити посилання на терапевтичні ефекти ліків стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню, а також на рекомендації науковців, медичних працівників та інших категорій осіб, які у зв'язку з своїм професійним статусом можуть вплинути на вживання препарату, вводити в оману щодо властивостей лікарського засобу.

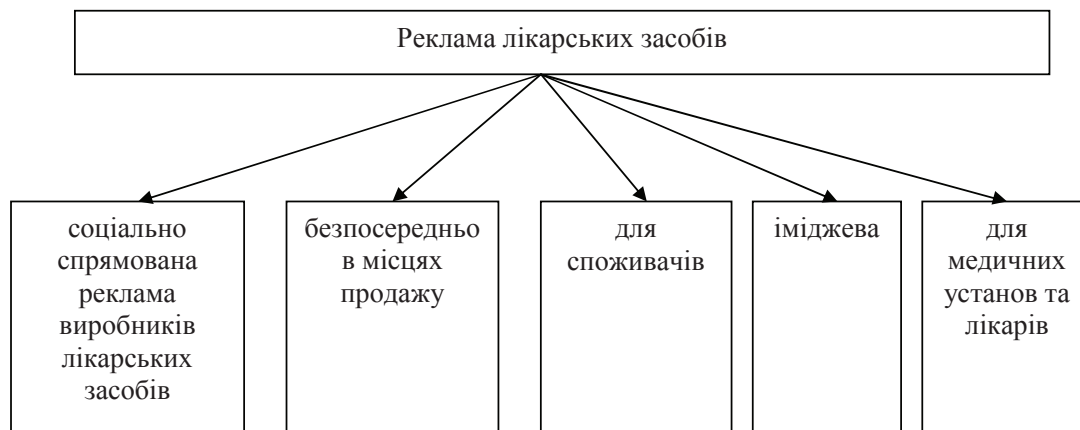


Рисунок. Класифікація реклами на ринку лікарських засобів
[Джерело: власні дослідження авторів]

Міністерство охорони здоров'я України у встановленому порядку у випадках порушення зазначених вимог вживає необхідних заходів відповідно до законодавства щодо запобігання недобросовісної реклами та її припинення.

Головним нормативним документом, що регулює якість лікарських засобів, є Державна Фармакопея України (ДФУ), опублікована у вересні 2001 р. окремим збірником, в якому зібрано найголовніші державні стандарти якості лікарських засобів.

Уведення в дію Державної Фармакопеї України є одним з важливих елементів впровадження системи європейських стандартів якості лікарських засобів (GMP) і є однією з необхідних передумов для переходу нашого медичного забезпечення на якісно новий рівень.

Державна Фармакопея України (ДФУ) — це правовий документ, що містить загальні вимоги до ліків, ФС (монографії), а також методики контролю їх якості (Закон України «Про лікарські засоби», ст. 2) [3].

Україна єдина серед країн колишнього СРСР має свою національну Фармакопею — ДФУ 1-го видання (ДФУ 1), яку введено в дію з 1 жовтня 2001 р. Розробником ДФУ є Державне підприємство «Український науковий фармакопейний центр якості лікарських засобів».

Фармакопея має законодавчий характер. Її вимоги, що висуваються до лікарських засобів, є обов'язковими для підприємств і установ України незалежно від їх форм власності, що виробляють, зберігають, контролюють, застосовують лікарські засоби [6].

Уведення в дію Державної Фармакопеї України є одним з важливих елементів впровадження системи європейських стандартів якості лікарських засобів (GMP) і є однією з необхідних передумов для переходу нашого медичного забезпечення на якісно новий рівень.

GMP (GOOD Manufacturing Practice – (Належна виробнича практика) – це перелік вимог до виробництва і контролю лікарських засобів (ЛЗ), навчання і кваліфікації персоналу, приміщень, обладнання, інгредієнтів, зберігання і транспортування.

Найважливішими елементами GMP є відповідність всієї технологічної і контрольної документації на підприємстві змісту реєстраційного доосьє на відповідний препарат, жорсткий контроль за дотриманням правил виробництва лікарських засобів вимогам GMP, забезпечення ефективними безпечними і якісними лікарськими засобами, здоров'я пацієнта, забезпечення національної безпеки. Додержання вимог GMP є обов'язковим для фармацевтичних фірм – виробників більшості країн світу, а сертифікація за GMP - необхідною умовою ліцензування лікарських засобів, їх реєстрації та дистрибуції.

Нині немає єдиного стандарту GMP, прийнятого в усьому світі. Крім вимог Європейського стандарту, існує кілька інших інструкцій, включаючи вимоги FDA до продукції, що продається у США, австралійський код GMP і японські стандарти. Для будь-якої країни, члена Європейського Союзу,

обов'язковими є принципи функціонування цієї спільноти. Деякі з країн Центральної та Східної Європи використовують ЄС-GMP як стандарт для порівняння.

Беручи до уваги той факт, що для більшості країн не можливим є досягнення повної відповідності стандартам GMP, Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) опублікувала перелік вимог GMP, що формулюють мінімум стандартів, необхідних для охорони здоров'я, добробуту та безпеки пацієнтів.

Висновки. Розвиток ринкової економіки в Україні супроводжується об'єктивним ростом у сфері рекламних послуг. Однак, при всій прибутковості і виправданості цієї галузі бізнесу, рекламні послуги здійснюють негативний побічний вплив як на психологію суспільства, так і на впровадження дійсно нових і, як наслідок, малопотужних технологій і товарів, обмежуючи поле конкурентів розмірами відповідних грошових уливань.

Довіряти привабливим і яскравим щитам та роликам - справа особиста, а от купувати ліки без консультації фахівців не слід, обов'язково треба порадитися з лікарем.

Реклама лікарських засобів не повинна мотивувати виключність будь-якого препарату з точки зору гарантованості ефекту нешкідливості та відсутності побічної дії, без альтернативності його застосування щодо інших існуючих лікарських засобів. Справляти враження, що за умов його застосування медична консультація фахівця не потрібна, а відмова від прийому препарату спричинить шкоду для здоров'я, містити посилання на терапевтичні ефекти ліків стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню, а також на рекомендації науковців, медичних працівників та інших категорій осіб, які у зв'язку з своїм професійним статусом можуть вплинути на вживання препарату, вводити в оману щодо властивостей лікарського засобу.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що визначено роль держави в регулюванні реклами лікарських засобів, перелік вимог щодо виробництва і контролю лікарських засобів, систематизовано три напрями оцінки якості, безпеки та ефективності лікарських засобів. Розроблено класифікацію реклами лікарських засобів залежно від характеристик цільових аудиторій, завдань реклами, а також характеристик місць доступу споживачів до лікарських засобів.

Отримані результати можуть бути використані у практиці вітчизняних підприємств при рекламуванні лікарських засобів, слугувати теоретичним підґрунтям для подальших досліджень із удосконалення процесу регулювання державою реклами лікарських засобів.

Також, висновки і пропозиції надані в статті можуть бути корисними пересічним громадянам при виборі і придбанні лікарських засобів.

Література:

1. Конституція України = Конституция Украины: [зі змін. та допов., внесеними Законом України від 1 лют. 2011 р. № 2952-VI]. – Х. : Фактор, 2011. – 118 с. – (Серія «Бібліотека законодавства»).
2. Про рекламу [Електронний ресурс]: закон України [прийнято Верхов. Радою 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
3. Про лікарські засоби [Електронний ресурс] : закон України [прийнято Верхов. Радою 4 квітня 1996 р. № 123/96-ВР]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80>
4. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с. – (5 видання).
5. Віннікова І. І. Рекламна діяльність фармацевтичних підприємств : дис. канд. ек. наук : 08.06.01 / Віннікова І. І. – К.: КНЕУ, 2006. – 228 с.
6. Державна Фармакопея України / Державне підприємство «Науково-експертний фармакопейний центр». – 1-е вид., доп. 4. – Харків: Державне підприємство «Український науковий фармакопейний центр якості лікарських засобів», 2011. – 536 с.
7. Кісельова О. Питання регулювання реклами лікарських засобів у пресі / О. Кісельова. // Щотижневик «АПТЕКА». – 2010. – №38 (759). – С. 80–82.
8. Ромат Є. В. Реклама в системі маркетингу: [Навч. посіб.] / Є. В. Ромат. – Київ: Студцентр, 2008. – 608 с.
9. World Population Prospects. The 2013 revision. Key Findings and Advance Tables [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://esa.un.org/wpp/documentation/pdf/WPP2012_%20KEY%20FINDINGS.pdf

Дима О.О.

канд. економ. наук, доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

ЩОДО НОВОГО ЗМІСТУ КАТЕГОРІЙ «ОПТ» ТА «РОЗДРІБ»

ОТНОСИТЕЛЬНО НОВОГО СОДЕРЖАНИЯ КАТЕГОРИЙ «ОПТ» И «РОЗНИЦУ»

ON NEW CONTENT OF «WHOLESALE» AND «RETAIL» CATEGORIES

У статті проаналізовано категорії «опт» та «роздріб», що дало змогу запропонувати сучасний погляд на розуміння розміру партії товару з урахуванням тенденцій економічних відносин. Представлено аналіз наявних визначень категорії «опт». Здійснено порівняння категорій «опт» та «роздріб» за їх ключовими характеристиками. Аналіз дав змогу виявити ключові відмінності: розмір партії та мета купівлі. Такі відмінності нівелюються сучасними тенденціями розвитку соціально-економічних процесів: масове виготовлення на замовлення, відтерміноване виробництво, спільне споживання, домінування роздрібною торгівлю та поступове витіснення оптового посередника з ланцюга постачання. З розвитком ринку інформаційних продуктів необхідно розробити нові показники вимірювання його обсягів, що зумовлено відмінностями процесів виробництва, розподілу і споживання матеріальних продуктів.

Ключові слова: опт, роздріб, інформація, масове виготовлення на замовлення, відтерміноване виробництво, спільне споживання

В статье проведен анализ категорий «опт» и «розниця», что позволило предложить современный взгляд на понимание размера партии товара с учетом тенденций экономических отношений. Осуществлен анализ существующих определений категории «опт». Проведено сравнение категорий «опт» и «розниця» по их ключевым характеристикам. Анализ позволил выявить ключевые отличия: размер партии и цель покупки. Такие различия нивелируются современными тенденциями развития социально-экономических процессов: массовое изготовление на заказ, отложенное производство, совместное потребление, доминирование розничной торговли и постепенное вытеснение оптового посредника из цепи поставки. С развитием рынка информационных продуктов необходимо разработать новые показатели измерения объемов потребления, что обусловлено отличием процесса производства, распределения и потребления материальных продуктов.

Ключевые слова: опт, розниця, інформація, масовое изготовление на заказ, отложенное производство, совместное потребление.

The article analyses «wholesale» and «retail» categories, providing a modern understanding of the size of consignment, taking into account trends in economic relations. Analysis of existing definitions of «wholesale» was carried out. A comparison of the main characteristics of «wholesale» and «retail» categories revealed their key differences: the size of the lot and the purpose of purchase. Such differences are cancelled out by the current trends of socio-economic processes: mass customization, postponed production, collaborative consumption, domination of retail, and the gradual ousting of the wholesale intermediary from the supply chain. Development of the information market calls for the introduction of new indicators measuring its volume, due to the differences in the processes of production, distribution and consumption of material goods.

Keywords: nature category, wholesale, retail, information, mass customization, postponed production, collaborative consumption

Вступ. Система розподілу поділяється на оптову та роздрібну ланку, але останнім часом такий підхід втрачає свою актуальність. З появою сучасних моделей ведення бізнесу, коли виробники віддають перевагу веденню справ безпосередньо з кінцевим споживачем, передаючи частину функцій доведення товару стороннім організаціям, визначення категорій «опт» та «роздріб» втрачає свій зміст. Не варто забувати про те, що 60%, а іноді й 80% ВВП розвинутих країн генерується за рахунок сфери послуг, які здебільшого надаються кожному окремому споживачу в індивідуальному порядку відповідно до його особливих потреб, що також відмінняє поняття категорій «опт» та «роздріб».

Не менше питань виникає з інформаційним продуктом, який має свої особливості збору, оброблення, зберігання та споживання. Традиційне розуміння категорій «опт» та «роздріб» щодо інформаційного продукту практично неможливо застосувати.

На сьогоднішній день категорії «опт» та «роздріб» мають однозначне трактування, яке практично не підлягає дискусійному обговоренню. У тлумачних словниках можна знайти усталені визначення обох категорій, які не змінювалися останнє століття. Деякі відмінності до підходів у трактуванні категорій «опт» та «роздріб» можна знайти в галузевій літературі, що зумовлено традиційними обсягами закупівлі партій товару та їх торгівлі у роздрібній мережі. Але основні відмінності обмежені реалізаціями функцій бізнесу на етапі оптової та роздрібною торгівлі, відсуваючи розуміння власне категорій «опт» та «роздріб» на другий план.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження змісту категорій «опт» та «роздріб» з урахуванням змін у системі споживання та розповсюдження інформаційних та сервісних продуктів.

Методологія. У процесі дослідження використовується методи теоретичного узагальнення, порівняння та абстрагування для отримання нового розуміння категорій «опт» та «роздріб».

Результати дослідження. Останнім часом, як вже зазначалося, оптова ланка ланцюга створення цінності зазнає трансформації. Виробничі підприємства та роздрібні торговці перебирають на себе функції оптовика.

На відміну від оптової торгівлі, товар, придбаний у системі роздрібною торгівлі, не розрахований на подальший перепродаж, а призначений для безпосереднього використання [8]. Причому неважливо, як саме продаються товари і послуги – методом особистого продажу, поштою, по телефону або через торговий автомат, і де саме вони продаються – у магазині, на вулиці чи вдома у споживача [1].

Басовський Л. Е. вважає що оптові торговці відрізняються від роздрібних за низкою характеристик [1]:

- по-перше, оптовик приділяє менше уваги стимулюванню продажів, атмосфері й розташуванню свого торгового підприємства, оскільки він має справу переважно з професійними клієнтами;
- по-друге, за обсягом оптові угоди перевищують роздрібні, а торгова зона оптовика зазвичай більша ніж у роздрібною торговця;
- по-третє, щодо правових узгоджень і податків уряд підходить до оптових і роздрібних торговців з різних позицій.

У таблиці 1 представлені визначення поняття «опт», запропоновані в різних тлумачних словниках. Згідно із запропонованими визначеннями, опт – це крупна партія. Окремо виділимо одне з визначень, запропоноване Єфремовою Т.Ф. Відповідно до трактування автора, опт – це купівля продукції як перший етап руху товару виробника до покупця.

Звернемося до визначень оптової та роздрібною торгівлі, наведених у вітчизняному законодавстві. Так, відповідно до національного стандарту України ДСТУ 4303-2004 «Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять» **оптова торгівля** – вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого їх продажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надавання пов'язаних із цим послуг [7]. **Роздрібна торгівля** – вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надавання йому торговельних послуг. У цих визначеннях основний акцент зроблено на двох особливостях: розмір партії та споживання.

У таблиці 2 представлено порівняння понять «опт» та «роздріб» за рядом характеристик. Як видно з таблиці, за більшістю ключових ознак поняття «опт» та «роздріб» ідентичні. Ключова відмінність – розмір партії закупки, що було виявлено при дослідженні визначень категорій «опт» та споживання.

Трактування поняття категорії «опт»

Автор	Визначення
Вікісловник	Порівняно велика партія, велика кількість товару [6].
Дмитрієв Д. В.	Це купівля і продаж товарів не поштучно, а партіями [2].
Кузнецов С.А.	1) купівля і продаж товарів великими кількостями, партіями; 2) товар, який продається в таких кількостях [4].
Єфремова Т.Ф.	1) товар, який продається великими партіями, у великій кількості; 2) оптовий товар [3].
Ожегов С. И. Шведовой Н. Ю.	1) купівля і продаж товарів партіями, великими кількостями; 2) товар, який продається партіями, великими кількостями. Дрібний, великий о.; 3) оптом, про продаж товарів не в роздріб [5].
Ушакова Д. Н.	Продаваний оптом, оптовий товар [10].
Інші визначення	Закупівля продукції як перший етап руху товару від виробника до покупця [9].

Таблиця 2

Порівняння понять «опт» та «роздріб»

Характеристики	Опт	Роздріб
Розмір партії	Кілька одиниць	Одиниця
Споживання	Перепродаж Виробництво Масове споживання	Особисте споживання, некомерційне
Умови оплати	Готівкова Безготівкова	Готівкова Безготівкова
Кредит	Можливий	Можливий
Знижка	Можлива за умови великого обсягу купівлі одночасно чи протягом часу	Можлива за умови великого обсягу купівлі одночасно чи протягом часу
Асортимент партії	Товарна одиниця Широкий асортимент	Товарна одиниця Широкий асортимент
Продавець	Виробник Посередник	Виробник Посередник
Покупець	Кінцевий споживач Виробник Посередник	Кінцевий споживач Виробник Посередник

* власна розробка автора

Звернемося до відмінностей понять категорій «опт» та «роздріб» з точки зору розміру партії купівлі. Поняття «розмір партії» містить цілий ряд суперечностей:

- по-перше, жодне визначення не вказує на момент переходу опту в роздріб. Посередницькі організації самостійно визначають обсяг продукції, який вважається оптовою партією. Причому цей розмір у кінцевому варіанті може варіюватися під впливом таких факторів: рівень взаємодії між постачальником та покупцем, територіальне розміщення покупця та продавця, умови оплати та затрати на логістику тощо;
- по-друге, жодне визначення не декларує асортимент товарів у партії. Отже, опт може бути партією з різних одиниць товарів, керуючись логікою, що партія це більше ніж один товар;
- по-третє, за який період має постачатися оптова партія товарів до споживача.

Згадаємо сучасні тенденції в розвитку маркетингу, які варто врахувати для кращого розуміння категорії опт:

– масове виготовлення на замовлення. Сучасні виробничі потужності створюють широкі можливості для виготовлення товару з урахуванням вимог кожного окремого споживача. Споживачі можуть отримувати індивідуальний набір послуг, що робить індивідуальним сукупний продукт. З урахуванням сучасних можливостей виробничих та інформаційних технологій, а також сервісної політики, кожний проданий товар є унікальним;

– відтерміноване виготовлення передбачає виготовлення напівфабрикатів з подальшим наданням йому специфічних характеристик відповідно до вимог індивідуального споживача. Такий процес також розвиває поняття опт, адже остаточне виготовлення товару максимально наближається до споживача і часто реалізується за індивідуалізованим запитом;

– спільне споживання забезпечується за допомогою посередницької організації, яка, з одного боку, отримує крупну партію продукції від виробника, а з іншого – надає послугу кінцевому споживачу, передаючи продукт у строкове користування за запитом і при цьому не передаючи права власності на цей продукт;

– домінування роздрібної торгівлі та поступове витіснення оптового посередника з ланцюга постачання. Фактично, оптову ланку неможливо виключити з ланцюга постачання повністю. Оптові посередники, еволюціонуючи, трансформувалися в логістичних операторів або стали частиною вертикально інтегрованої системи крупного роздрібного торговця або виробника;

– оптимізація логістичних затрат. На сьогоднішній день спостерігається тенденція до зниження логістичних затрат через оптимізацію запасів, зменшення транзитних операцій. Отже, ланцюги постачання можуть складатися з виробника та роздрібного торговця, міняючи оптового посередника та інфраструктуру логістики;

– торгівля «у кредит». Останнім часом роздрібні підприємства не інвестують власні кошти товар, а беруть його на реалізацію, розраховуючись з постачальником лише після реалізації товару у власній роздрібній мережі;

– зростання важливості «частки споживання» замість «ринкової частки».

Розглянемо власне споживання, за яким категорії «опт» та «роздріб» також відрізняються. Отже, до опту можна зарахувати всі партії товарів, що постачаються не для особистого споживання, а з метою перепродажу та подальшого виробництва.

Висновки. Ураховуючи все вищесказане, можемо констатувати:

- відбувається розмивання понять «опт» та «роздріб»;
- посередницьке «роздрібне» підприємство перебуває, з одного боку, оптовим покупцем, а з іншого – роздрібним продавцем, таким чином трансформуючи опт у роздріб;
- розмір оптової партії товару наближається до одиниці, з іншого боку, збільшується кількість трансакцій або кількість різних одиниць товарів у партії.

Усе це вимагає визначити актуальні показники та підходи до розуміння розміру партії товарів, обсягу наданих послуг чи спожитої інформації. З розвитком ринку інформаційних продуктів необхідно розробити нові показники вимірювання обсягів споживання, що зумовлено відмінностями процесів виробництва, розподілу і споживання матеріальних продуктів та інформації.

Література:

1. Басовский Л. Е. Маркетинг: Курс лекций. / Л.Е. Басовский Л. Е. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 219 с.
2. Дмитриев Д.В. Толковый словарь русского языка / Д.В. Дмитриев. – М. : Астрель: АСТ, 2003. - 1578 с.
3. Ефремова Т. Ф. Современный словарь русского языка три в одном: орфографический, словообразовательный, морфемный / Т.Ф. Ефремова. – М. : АСТ, 2010. — 699 с.
4. Кузнецов С.А., Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб. : Норинт, 1998. – 1536 с.
5. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – [4-е изд]. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
6. Опт [Електронний ресурс] : Веб-сайт Вікісловник, 2014. – Режим доступу : <http://ru.wiktionary.org>. – Назва з екрана.
7. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять : ДСТУ 4303-2004 – ДСТУ 4303-2004. – [чинний від 05.07.2004 р.] . – К. : Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, 2004
8. Розничная торговля [Електронний ресурс] : Веб-сайт Вікіпедія, 2014. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Розничная_торговля. – Назва з екрана.
9. Современный толковый словарь русского языка Ефремовой [Електронний ресурс] : Веб-сайт Академик, 2014. – Режим доступу: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/203497/опт>. – Назва з екрана.
10. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. – М. : Альфа-Принт, 2005. — 1216 с.

Діброва Т.Г.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

Гараніна І.І.

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕСУ В ОСОБИСТИХ ПРОДАЖАХ

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПЕРЕГОВОРНОГО ПРОЦЕССА В ЛИЧНЫХ ПРОДАЖАХ

SYSTEMIC APPROACH TO IMPROVING THE NEGOTIATION PROCESS IN PERSONAL SALES

Однією з головних проблем здійснення особистих продажів є необхідність підвищення ефективності переговорного процесу. Адже кожна зі сторін – це індивіди, які мають відповідний соціальний статус та тип особистості. Це зобов'язує продавців уміти встановлювати стосунки та вести переговори у форматі, який помагає контактувати й аргументовано відповідати на запитання клієнта.

Стаття присвячена аналізу сучасних методів, підходів та технік ведення переговорів, що дають змогу не тільки отримати додаткову інформацію про мотивацію та потреби клієнта, його особистість, а і гнучко реагувати на запити клієнта, оперативно вносити відповідні корективи в процес спілкування. В статті пропонуються рекомендації з удосконалення як форми, так і змісту переговорного процесу. Так, при проведенні переговорів необхідно враховувати тональність та манеру розмови, жестикуляцію та уподобання клієнтів, індивідуальні характеристики, тип особистості співрозмовника, що розглядаються в техніках «приєднання». Удосконалення змістовної частини переговорного процесу полягає у застосуванні спеціальних методик, підходів та технік, що здатні налагодити контакт і переконати клієнта в правильності вибору - це техніки опитування, прийоми «активного» слухання, підходи до подолання заперечень. Підсумовуючи, можна стверджувати, що розглянуті у статті сучасні методи, підходи та техніки, які ґрунтуються на комплексному та системному їх застосуванні в процесі здійснення особистих продажів, призведе до вдосконалення переговорного процесу.

Ключові слова: особистий продаж, техніки приєднання, техніки опитування, прийоми «активного» слухання, підходи до подолання заперечень.

Одной из главных проблем персональных продаж является необходимость повышения эффективности переговорного процесса. Ведь каждая из сторон этого процесса - это индивиды, имеющие соответствующий статус и тип личности. Это требует от продавца умения ведения переговоров в формате, который помогает контактировать и аргументировано отвечать на запросы клиента.

Статья посвящена анализу современных методов, подходов и техник ведения переговоров, которые дают возможность не только получить дополнительную объективную информацию о мотивациях клиентов, но и гибко реагировать на его запросы и оперативно вносить коррективы в процесс общения. Предлагаются рекомендации по усовершенствованию формы и содержания переговорного процесса. Так, при проведении переговоров необходимо учитывать тональность, манеру говорить, предпочтения и индивидуальные характеристики клиента, которые рассматриваются в техниках «присоединения». Повышение эффективности содержание переговорного процесса предполагает использование современных техник опроса, приёмов «активного» слушания и «преодолению возражений». Подводя итоги, можно сделать выводы о том, что рассмотренные в статье современные подходы, методы и техники, основанные на системном использовании приведут к усовершенствованию переговорного процесса.

Ключевые слова: личная продажа, техники присоединения, техники опроса, приемы «активного» слушания, подходы к преодолению возражений.

A major problem in the implementation of personal selling is need to improve the negotiation process. Each party - is individuals who have appropriate social status and personality type This requires the seller to be able to establish relationships and negotiate in a format that helps communicate and reasonably answer the questions of the client.

This article analyses the modern methods, approaches and techniques of negotiation. Such approaches allow for more information about the motivation and needs of the client, his personality. Also, these approaches allow flexibility to respond to customer requests promptly make appropriate adjustments in the communication process. The paper offers recommendations for improving the form and content of negotiations. When negotiations must take into account the tone and style of conversation, gestures and preferences of customers, individual characteristics, personality type counterpart. These features take into account the technique of "accession". Improving the content of the negotiations is to use special techniques, approaches and techniques. Such techniques, approaches and techniques can make contact and convince a customer right choice. This is a technology survey techniques "active" listening approaches to overcome objections. In summary, it can be argued that the article in question will lead to improvements in the negotiation process.

Keywords: personal selling, engineering joining technology, survey techniques, "active" listening, approaches to overcome objections.

Вступ. Незважаючи на існування різних підходів до планування та реалізації особистих продажів, можна стверджувати, що на сьогодні теоретичні та практичні питання підвищення ефективності переговорного процесу потребують додаткового дослідження. Проте, більшість науковців розглядають процес здійснення особистих продажів як поетапний, який потребує використання спеціальних комунікаційних прийомів на кожному з етапів. Прихильниками такого підходу є С. Мориарті, Ф. Котлер, А. Старостіна, П. Дойль, В. Салій, С. Ребрик тощо.

За ступенем застосування і ефективністю особистий продаж є домінуючим інструментом маркетингових комунікацій на промисловому ринку. Загальна процедура здійснення продажів передбачає: пошук і оцінювання потенційних покупців; попередню підготовку переговорного процесу; встановлення контакту; власно, проведення переговорів; завершення переговорів, укладення угоди та її супровід. По суті, процес продажу починається з третього етапу – встановлення контакту, а його основне комунікаційне навантаження відбувається на етапі проведення переговорів.

Постановка завдання. Характер угоди на промисловому ринку має масштабний і довгостроковий характер, це потребує спеціальної підготовки продавця, підвищення його кваліфікації за рахунок застосування сучасних методів та технік ведення переговорів. Сутність вдосконалення процесу перемовин полягає у виявленні та розумінні проблем клієнта, набутті навичок та вмінь в доведенні до нього інформації, яка б відповідала його висловленим або невисловленим сподіванням і потребам.

Оскільки характер персональних продажів як особистої комунікації передбачає можливість її адаптації до умов продажів, застосування сучасних методів ведення переговорів дають можливість одержати інформацію про зміну мотивацій та потреб клієнтів, активність конкурентів, необхідність адаптації пропозиції або умов продажу. Отже, завданнями дослідження є аналіз та систематизація сучасних методів, підходів та технік, застосовуваних у переговорах та розроблення рекомендацій щодо їх застосування в особистих продажах.

Методологія. Методологічною базою проведеного дослідження є системний підхід, сучасні науково-теоретичні положення теорії маркетингу та психології, практичні методи пізнання: порівняльний аналіз і метод логічного узагальнення, що найбільше відповідають тематиці проведеного дослідження. Отримана, в результаті дослідження, інформація подана в графічній формі.

Результати дослідження. Успішне укладання угоди на промисловому ринку цілком залежить від того чи знає продавець яким чином на підприємстві ухвалюється рішення про закупівлю, хто бере участь в ухваленні його рішення, що впливає на вибір покупців. Відповідно у процесі здійснення особистих продажів варто враховувати особливості поведінки споживачів. Розглянемо докладніше чинники, що впливають на поведінку споживача на промисловому ринку та формують мотиваційне поле потенційного клієнта. Більшість фахівців виокремлюють організаційні, ситуаційні, міжособистісні та індивідуальні фактори [1, 2, 7].

Під час ухвалення рішення про закупівлю визначальними є *організаційні* фактори до яких відносяться ринкові характеристики підприємства (розмір, форма власності, характер діяльності, обсяги виробництва/закупівель), організаційна структура підприємства, його фінансові можливості тощо.

На поведінку споживачів впливають також *ситуація здійснення покупки*. За умови першого контакту поведінка клієнта має характер широкого вибору, яка пов'язана з високим ступенем ризику при ухваленні рішення про покупку. Модель поведінки обмеженого вибору обумовлена зниженням ступеня ризику, при здійсненні покупки. На таких споживачів впливають імідж/репутація компанії, досвід роботи, рекомендації колег по бізнесу. При звичайній повторній покупці відомого товару поведінка споживачів має традиційний характер. На такого покупця певною мірою впливають особисті, ділові, доброзичливі контакти, система знижок тощо. З огляду на підвищення ефективності особистих продажів слід враховувати, що ухвалення рішення про закупівлю здійснюється закупівельним центром. Складність роботи з такою структурною одиницею, як закупівельний центр, вимагає урахування *міжособистісних та індивідуальних* факторів.

Саме вони визначають успіх процесу переговорів і дають можливість встановити тривалі відносини з клієнтами. Міжособистісні фактори допомагають враховувати повноваження та статус осіб, які входять у закупівельний центр, їхню мотивацію. Це формує бажаний імідж продавця й дає змогу знайти переконливий тон і стиль переговорів. Не менш важливі індивідуальні фактори. Вони враховують індивідуальні характеристики учасників процесу переговорів, рівень їх освіти, досвід роботи, характер мислення, інтереси, погляди і полегшують процес спілкування між продавцем і покупцем. Отже, результативність особистих продажів цілком залежить від урахування цих факторів, які відображаються на переговорному процесі.

Сконцентруємо увагу на третьому етапі особистих продажів, власне *процесі проведення переговорів*, який є ключовим у досягненні кінцевого результату – підписання угоди. Етап складається з досягнення певних результатів: встановлення особистих контактів з клієнтом, уточнення його мотивацій, демонстрації/презентації продукту, обговорення пропозицій та подолання заперечень.

Шляхи вдосконалення процесу переговорів полягають у застосуванні сучасних технік, прийомів та методів в особистих продажах.

По-перше, при встановленні контакту в процесі особистого продажу можна скористатися *техніками «приєднання»*. Вони засновані на необхідності визначення стереотипу поведінки, манери слухати, говорити, стилю мовлення, міміки та жестикуляції співрозмовника. Настрій клієнта, емоційна складова, темп та тон мовлення, наявність певних мотиваційних установок, психологічних, утилітарних, особистих цілей також визначає форму та емоційне наповнення переговорного процесу. Застосування технік ґрунтується на тому, що спілкування між продавцем і клієнтом відбувається за трьома каналами: вербальним, візуальним і паравербальним. Через вербальний канал співрозмовник може отримати інформацію тільки про те, що людина свідомо хоче йому донести, тобто значення слів, логіку пропозицій. Через візуальний канал (міміку, жести, зовнішній вигляд, спрямованість погляду) продавець доносить до співрозмовника латентну інформацію – ставлення до слів, дій, емоції, внутрішню мотивацію.

Паравербальний, або звуковий, канал за допомогою тону, інтонації, швидкості мови, пауз і мелодійності мови може багато розповісти досвідченому продавцеві-комунікатору. Так, продавцеві слід уважно ставитись до всіх каналів – візуальний і паравербальний допомагають дізнатися не тільки про ставлення до співрозмовника, а й його внутрішні конфлікти (табл.). Під час сприйняття інформації з усіх каналів домінують візуальний (58%) і паравербальний (35%), вербальний канал становить близько 7% [3]. Сукупний аналіз інформації, отриманої за всіма каналами, дасть змогу продавцеві правильно оцінити відповідну реакцію покупця. Техніки приєднання не тільки полегшують встановлення контакту, а й рекомендуються до використання на всіх етапах процесу переговорів.

По-друге, першим контактом з клієнтом також слід скористатися для уточнення потреб і проблем споживача. При встановленні контакту необхідно «розговорити» співрозмовника, змусити його ставити питання. Це дасть можливість виявити потреби й бажання клієнта, довідатися про можливі заперечення та підсвідому мотивацію. Скориставшись *техніками опитування* цей процес можна також вдосконалити.

Техніки опитування досить умовно можна розділити на прості та комплексні (зображено на рис.). До перших відносяться застосування різних форм запитань:

– *Відкриті запитання* допомагають залучити клієнта до розмови. Вони починаються зі слів: Хто? Що? Як? Скільки?

- *Закриті запитання* рекомендується використовувати, для того щоб направляти і контролювати хід бесіди. Це запитання на кшталт «Чи не так?», «Ви згодні?», «Правда, що...?»
- *Альтернативні запитання* допомагають отримати згоду клієнта. Це питання з двома варіантами відповіді, причому обидва підштовхують клієнта до здійснення угоди.
- *Питання-залучення* – це будь-яке позитивне запитання про товар, яким клієнт, можливо, буде перейматися після покупки. Такі питання дають змогу непомітно підштовхнути клієнта до позитивної оцінки продукту.
- *Уточнювальні запитання* допомагають з'ясувати проблеми клієнта.

Таблиця

Складові «технік приєднання» в особистому продажі

Поди́х	Голо́с	Мова	Фі́зична подоба	Схо́жий світогляд
– ритм – темп – глибина – рівень	– тон – темп – гучність – паузи	– ключові слова – манера говорити	– поза – жести – міміка – ритм рухів	– цінності – переконання – ідентичність – загальний досвід – спільні інтереси

Найпопулярнішою серед фахівців є методика комплексного опитування клієнтів «SPIN» від перших літер англійських слів *situation* (ситуація), *problem* (проблема), *implication* (наслідки), *need-payoff* (віддача), запропонована Н. Рихемом і Ш.Д. Моргеном [4]. Ця методика, орієнтована на покупця, включає чотири типи запитань, які доцільно ставити клієнту в певній послідовності – про ситуацію, про проблеми, про наслідки, про віддачу. Ці питання фіксують увагу клієнта на його проблемі та на можливості її розв'язати за допомогою пропонованого товару.

Підвищення ефективності застосування методики базується на врахуванні, як раціональних так і емоційних мотивацій, якими керуються клієнти. До раціональних мотивів можна віднести: ціну, споживчі характеристики товару, власне його техніко-експлуатаційні характеристики, умови доставки товару, монтаж, технічну підтримку, ремонт, форму оплати, умови та обсяги поставок тощо. До емоційних відносяться репутація/імідж підприємства, безпека й зручність співробітництва, симпатія до співробітників компанії тощо.

Техніка «SPIN» – є найефективнішим способом переходу до презентації пропозиції продавця. Вдала презентація продукції/проектів як складова переговорного процесу є запорукою його успіху і включає прийоми та техніки, що підвищують її ефективність. Проте, це є темою окремого дослідження.

Вміння слухати – це наступне завдання продавця, третя можливість поліпшення стосунків з клієнтом. Демонстрація вміння уважно слухати у поєднанні з техніками приєднання справляє більше враження, ніж вміння говорити. Наведемо найпопулярніші *прийоми «активного» слухання* [7] (рисунок). До них належать:

- прийом «Луна» - дослівне повторення продавцем основних положень та висловлювань клієнтів;
- прийом «Резюме» - відтворення слів клієнта в короткому й узагальненому вигляді;
- прийом «Логічне слідство» - продавець виводить логічне слідство з висловлень клієнта;
- прийом «Уточнення» - прохання конкретніше охарактеризувати окремі положення, які висловлює клієнт; прийом «прийняття точки зору клієнта» – на відміну від мовчазної згоди з пропозицією клієнта таке прийняття є демонстрацією розуміння думок клієнта, а вже після цього можливістю реалізувати своє право його переконувати.

В четверте, практично завжди під час проведення переговорів клієнт висловлює свої заперечення, ставитися до яких необхідно як до бажання одержати повнішу інформацію щодо комерційної пропозиції, а як до прояву агресії клієнта. Отже, рекомендуємо до застосування (рисунок) такі підходи «*подолання заперечень*»:

- Перший підхід, «мовчати й слухати», передбачає демонстрацію зацікавленості і бажання зрозуміти клієнта вникаючи в суть заперечень.
- Другий підхід базується на твердженні - клієнт завжди правий. Якщо він помиляється, можна висловити заперечення йому, скориставшись «словами-мітками» – «звичайно», «без сумніву», «може бути», «як правило». Вони полегшать заперечення і не будуть дратувати клієнта. Лексика має бути зрозуміла клієнтові, не ускладнювати мову.

– Третій підхід, «переформулювання заперечення», має на меті пом'якшення заперечення, замінити «заперечення» «сумнівом».

– Четвертий підхід, «прохання пояснень» має на меті перепитуючи клієнта, ставити питання так, щоб він сам відповідав на свої запитання «чому?».

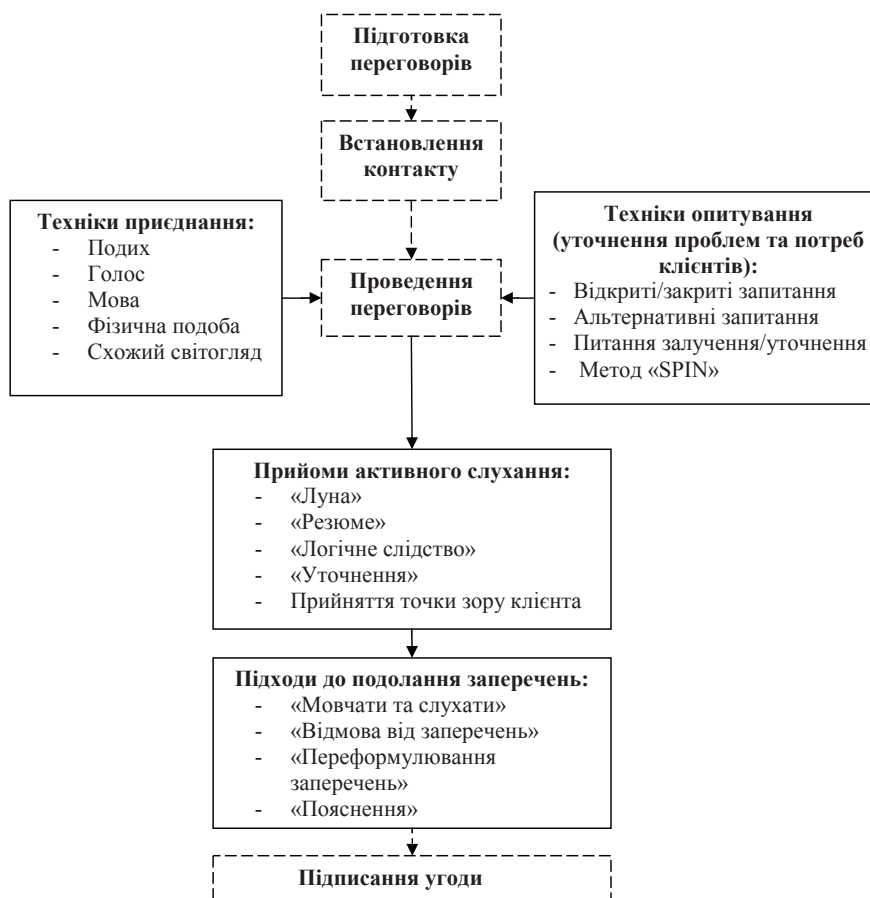


Рисунок. Прийоми та техніки вдосконалення переговорного процесу в особистих продажах (систематизовано авторами)

Висновки. Отримані в статті результати довели що застосування сучасних методів, підходів та технік розроблених на основі теорії комунікацій з урахуванням психологічних особливостей переговорного процесу будуть сприяти підвищенню ефективності особистих продажів. По-перше, ключовою ланкою особистих продажів є етап проведення переговорів, який включає знайомство, перший особистий контакт між продавцем та клієнтами, обмін думками, презентацію комерційної пропозиції та її обговорення. Отже, шляхи підвищення ефективності переговорного процесу лежать в площині удосконалення як форми так і змісту проведення переговорів. По-друге, форма проведення переговорів має враховувати тональність розмови, акценти та способи переконання співрозмовника. полягає у застосуванні спеціальних методик, підходів та технік, що здатні налагодити контакт і переконати клієнта в правильності вибору. По-третє, при застосуванні технік опитування, активного слухання та подолання заперечень належить зосередити увагу на одній провідній ідеї, яку мають правильно зрозуміти клієнти. Завдання продавця є створення/підтримка певної схеми сприйняття конкретного продукту, на основі якої споживач може побудувати свою поведінку, ґрунтовану на ціннісних орієнтирах, які залежать від соціального статусу, образу життя, оточення клієнта. Четверте, в процесі проведення переговорів необхідно враховуватись індивідуальні характеристики та тип особистості співрозмовника. Застосування технік приєднання при встановленні особистого контакту є обов'язковою умовою позитивного контакту з клієнтом.

Отже, застосування методів і технік наведених у статті полегшують продавцям процес встановлення стосунків і ведення переговорів у форматі, який помагає контактувати й аргументовано відповідати на запитання клієнта.

Література:

- Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації : підруч. / за ред. А.О. Старостіної. — К. : Іван Федоров, 1997. — 400 с.
- Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / Дойль П. — [3-е изд.]. — СПб. : Питер, 2002. — 560 с.
- Мициг П. Как проводить деловые беседы / Мициг П. - М. : Экономика, 1987. — 148 с.
- Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж / Ребрик С. - М. : Эксмо, 2002. - С. 31.
- Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика / Діброва Т.Г. - Навчальний посібник. - К.: Стило, 2011. - 294с.
- Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с франц. - СПб.; М.; Наука, 1996. -XV 589 с.
- Салий В.В. Искусство продаж : практикум / В.В. Салий, В.В. Бакаева. - М. : Издат. дом «Дашкова и Ко», 2000. — 164 с.

УДК 338.121

Кубишина Н.С.*канд. економ. наук, доцент***Ковальчук Т.В.***Національний технічний університет України «КПІ»*

ГЕНЕРУВАННЯ ІДЕЙ ЯК ОСНОВНИЙ ЕТАП РОЗРОБЛЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

ГЕНЕРИРОВАНИЯ ИДЕЙ КАК ОСНОВНОЙ ЭТАП РАЗРАБОТКИ НОВОГО ТОВАРА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

THE GENERATION OF IDEAS OF THE MAIN STAGE OF DEVELOPMENT OF A NEW PRODUCT IN INDUSTRIAL ENTERPRISE

В статті розглянуто процес генерування ідей як один з найскладніших етапів розроблення нового товару з урахуванням аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів маркетингового середовища, що впливають на діяльність промислового підприємства. Уточнено способи організації розроблення нового товару на підприємстві. Проаналізовано важливість правильного планування та реалізації першого етапу розроблення нового товару. Запропоновано узагальнену схему взаємозв'язків між відділом розроблення нового товару на підприємстві та іншими основними відділами. Детально розглянуто зовнішні та внутрішні джерела ідей, які мають бути враховані окремо кожним відділом компанії. Визначено детальний перелік джерел ідей нового товару для співробітників відділу маркетингу. Відокремлено основні способи, які можуть бути використані при мотивації керівництвом співробітників для пошуку та фіксування ідей нового товару. Визначено основні методи генерування ідей, які рекомендовано використовувати на промисловому підприємстві з метою отримання максимальної кількості ідей для знаходження найціннішої серед них на наступних етапах розроблення нового товару.

Ключові слова: ідея, процес пошуку ідей, новий товар, джерела ідей, методи генерування ідей.

В статье рассмотрен процесс генерирования идей как один из самых сложных этапов разработки нового товара на основе анализа внутренних и внешних факторов маркетинговой среды, влияющие на деятельность промышленного предприятия. Уточнено способы организации разработки нового товара на предприятии. Проанализированы важность правильного планирования и реализации первого этапа разработки нового товара. Предложено обобщенную схему взаимос-

взаєй между отделом разработки нового товара на предприятии и другими основными отделами. Детально рассмотрены внешние и внутренние источники идей, которые должны быть учтены отдельно каждым отделом компании. Определены подробный перечень источников идей нового товара для сотрудников отдела маркетинга. Обособленно основные способы, которые могут быть использованы при мотивации руководством сотрудников для поиска и фиксации идей нового товара. Определены основные методы генерирования идей, которые рекомендуется использовать на промышленном предприятии с целью получения максимального количества идей для нахождения ценной среди них на следующих этапах разработки нового товара.

Ключевые слова: идея, процесс поиска идей, новый товар, источники идей, методы генерирования идей.

The article examines the process of idea generation as one of the most difficult stages of developing a new product based on the analysis of internal and external factors of marketing environment affecting the activity of industrial enterprise. Clarified ways of organization of developing a new product in the company. Analyzed the importance of proper planning and implementation of the first phase of the development of a new product. Proposed the generalized scheme of relationships between department of development new product in the company and other main departments of the company. Considered in detail internal and external sources of ideas which must be considered separately by in each department. Determined detailed a list of ideas for new product for marketing department staff. Highlighted the main ways, which can be used to motivate the staff for find and fix new product ideas. Identified the main methods of generating ideas that recommend to the industrial company to obtain the maximum number of ideas for finding the most valuable among them on the next stages of new product development.

Keywords: the idea, the process of finding ideas, new product, sources of ideas, methods of generating ideas.

Вступ. Сучасна економіка України характеризується високим рівнем динамічності та нестабільності. Звичайно, це негативно впливає на діяльність суб'єктів господарювання, адже вони не завжди в змозі швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. На даний момент одним з найбільш дієвих засобів для приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку підприємств умовам ринку є створення та поширення інновацій.

У зв'язку з високою важливістю інноваційної діяльності для підприємств, процеси розроблення нових товарів висвітлювали у своїх працях багато вітчизняних авторів, серед яких В. Кардаш, В. Кучеренко, І. Заблодська, Н. Кубишина, Н. Чернік, С. Ілляшенко та інші. Серед зарубіжних авторів, які внесли великий вклад у вивчення даного питання можна назвати Б. Бермана, Г. Армстронга, Ж-Ж. Ламбена, І. Бланка, Е. Дихтля, К. Ланкастера, Т. Левітта, Р. Райта, Ф. Котлера та інших. Проте, в науково-практичній літературі питання детального розгляду процесу пошуку ідей нового товару на промисловому підприємстві висвітлено в недостатній мірі.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності процесу генерування ідей на підприємстві, виявлення основних способів організації даного процесу, джерел надходження ідей до кожного відділу, мотивації співробітників з метою їх залучення до даного процесу та методів, які допомагають отримати максимальну кількість ідей.

Методологія. Теоретичну і методологічну основу дослідження складає системний підхід до динамічного аналізу економічних процесів, сучасні теоретичні, практичні та наукові методи пізнання: порівняльний аналіз і метод логічного узагальнення, що найбільше відповідають тематиці проведеного дослідження. Інформаційною основою виступають наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали періодичних видань, Інтернет-ресурси.

Результати дослідження. Для того, щоб підприємство підвищувало свою конкурентоспроможність і мало можливість зайняти лідерські позиції, необхідно дотримуватися двох напрямів діяльності - розробляти і впроваджувати інновації та реалізовувати заходи комплексу маркетингу, які спрямовані на комерціалізацію інновацій.

Найбільш змістовним є поняття інновації, запропоноване в [7]: інновація - це кінцевий результат нововведення, спрямований на досягнення відповідного ефекту і створення нових або вдосконалених конкурентоспроможних товарів, які задовольняють потреби споживачів, він може охоплювати всі сфери діяльності підприємства та сприяє розвитку і підвищенню його ефективності.

Таким чином, для ведення інноваційної діяльності необхідно розробляти та спрощувати на

ринковні товари. Під «новим товаром» розуміють новий продукт, що надійшов на ринок і відрізняється від існуючих товарів схожого призначення якою-небудь зміною споживчих властивостей [4].

Прийняття рішення про розроблення нових товарів промисловим підприємством залежить в основному від інноваційної культури, ролі вищого менеджменту, комунікаційних і технологічних тенденцій, залучення середнього менеджменту в оцінний процес, систематичного вивчення потреби в інноваціях і технологіях і ув'язки рішень з процесом розподілу ресурсів.

За останні роки в Україні спостерігається зростання кількості промислових підприємств, які впроваджують інноваційні товари на ринок, що видно з рис. 1. В основному це пов'язано з тим, що саме завдяки інноваціям компанії мають можливість підвищити свою конкурентоспроможність. Однак, кількість реалізованих нових товарів протягом останніх років спадає. Це пояснюється впливом факторів маркетингового середовища та помилками в розробленні стратегії нового товару промисловими підприємствами.

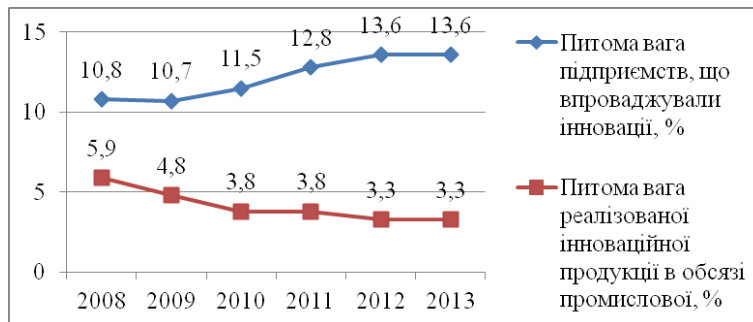


Рис. 1. Впровадження інновацій на промислових підприємствах України [2]

Після того, як підприємство прийняло рішення про виведення нового товару на ринок, перед ним постає завдання ретельного спланувати та організувати даний процес, який складається з наступних етапів: 1) генерування ідей; 2) відбір ідей; 3) розробка і тестування концепції товару; 4) розробка стратегії маркетингу; 5) проведення економічного аналізу; 6) створення прототипів; 7) пробний маркетинг; 8) комерціалізація [1].

Організація розроблення нового товару може здійснюватися по-різному:

- продуктовому керуючому паралельно з його роботою з поточними продуктами доручається також розроблення нового продукту;
- створюються спеціальні тимчасові робочі групи;
- створюються спеціальні відділи по розробленні нових продуктів, які займаються всім процесом: від генерації ідей до їх матеріалізації.

На промислових підприємствах рекомендується використовувати останній варіант, а саме створити окремий відділ, до складу якого необхідно включити представників кожного відділу. Такий підхід пояснюється тим, що процес створення нового товару має інтегрований характер і включає в себе як фінансові, маркетингові, виробничі, збутові так і інші аспекти. Таким чином, керівництву підприємства необхідно детально спланувати склад даного відділу, сформулювати основні цілі та послідовність дій.

Принципова перевага такої організації полягає в тому, що відповідальність за розроблення нового продукту покладається на керівника високого рівня, що підкоряється президентові компанії. Тому:

- забезпечується безпосередня участь вищого керівництва в роботах зі створення нових продуктів;
- рішення, пов'язані з розробкою нових продуктів, узгоджуються і приймаються в мінімальні терміни.

Першим етапом з якого розпочинає роботу відділ розроблення нового товару є *генерування ідей*. Це зазвичай найскладніша частина проекту, яка полягає в створенні найрізноманітніших ідей. На наступних етапах кількість даних ідей зменшується з метою вибору найбільш цінної.

Ідея товару - це загальне уявлення про можливий продукт, який підприємство могло б запропонувати споживачеві. *Генерування ідей* - процес виникнення (появи, створення), постійного і систематичного пошуку, накопичення, відбору та формування портфеля ідей нового продукту [8].

Даний етап є найбільш складним, оскільки потребує правильної організації процесу збору ідей,

залучення до їх пошуку всіх співробітників підприємства. Це є надзвичайно важливим, оскільки саме ідея нового товару може визначати весь подальший розвиток бізнесу. Таким чином, ідея є дуже важливою в діяльності інноваційного промислового підприємства, а отже необхідно надавати велику значущість її успішному пошуку.

На сьогодні великий інтерес привертає проблема формування ідей нових товарів на українських промислових підприємствах, де значна кількість високоякісних ідей ніколи не пропонується для оцінки та розгляду. Так відбувається тому, що керівництво оцінює просування поточних проектів вище, ніж генерування ідей для нових товарів. Ідеї, які, швидше за все, не пройдуть перевірку на затребуваність і своєчасність, ніколи не розглядатимуться.

Така ситуація також пояснюється і тим, що існує велика кількість джерел ідей нового товару, надходження яких важко структурувати. В даному випадку можна розглянути результати опитування 157 успішно діючих японських компаній. Мета опитування полягала у виявленні основних джерел плідних ідей нових продуктів, що показано в таблиці 1, де цифри показують число компаній у %, які вказали відповідне джерело ідей нового продукту в якості основного, тому загальна сума перевищує 100%. З наведених даних видно, що більша частина ідей нових товарів надається відділом збуту, службою організаційного розвитку та виробничо-технічним відділом.

Таблиця 1

Джерела появи ідей інновацій в 157 успішних японських компаніях [9]

Джерело ідей	Число компаній у %
Відділ збуту	73
Служба організаційного розвитку	70
Виробничо-технічний відділ	58
Споживачі	55
Вище керівництво	53
Дослідна лабораторія	44
Відділ планування	29
Збутова мережа	28
Торгові агенти	15
Інші джерела	11
Університети	6
Інші дослідницькі організації	6
Рядові працівники	4
Співробітники іноземних організацій	2

Важкість формалізації формування інноваційних ідей пояснюється і тим, що генерування ідей є творчим процесом, який вимагає від учасників прояву творчих здібностей та якостей. Таким чином, авторами пропонується виділити підхід до організації забезпечення процесу генерування ідей на промисловому підприємстві, що представлений на рис. 2.

Загалом, найбільш оптимальним варіантом при розробленні нового товару на підприємстві є створення спеціального відділу, який буде реалізовувати всі етапи даного процесу. На роботу відділу потрібно керівництву необхідно спрямувати максимальні ресурси та зусилля, залучити кращих співробітників з усіх відділів організації з метою успішного виведення товару на ринок.

Процес генерування ідей розпочинається з їх пошуку та фіксування. Всі джерела від яких надходять ідеї до даного відділу можна поділити на дві групи:

– *зовнішні*, до яких можна віднести в цілому суб'єкти, з якими взаємодіє підприємство, або які впливають на його діяльність. На промисловому підприємстві серед відділів, які працюють із зовнішніми джерелами та звідки черпають ідеї нового товару можна в основному виділити відділи маркетингу, збуту та постачання.

– *внутрішні*, до яких відносять процеси в організації, а саме результати діяльності відділів, на основі яких співробітники формують ідеї нового товару. В даному випадку пропонується до цієї групи віднести в основному відділ стратегічного планування та розвитку, виробничий відділ та відділ НДДКР. Це найважливіші підрозділи, які відмінно знають переваги та недоліки роботи компанії, її фінансові, технічні та виробничі можливості, оцінюють сучасний стан та перспективи розвитку.

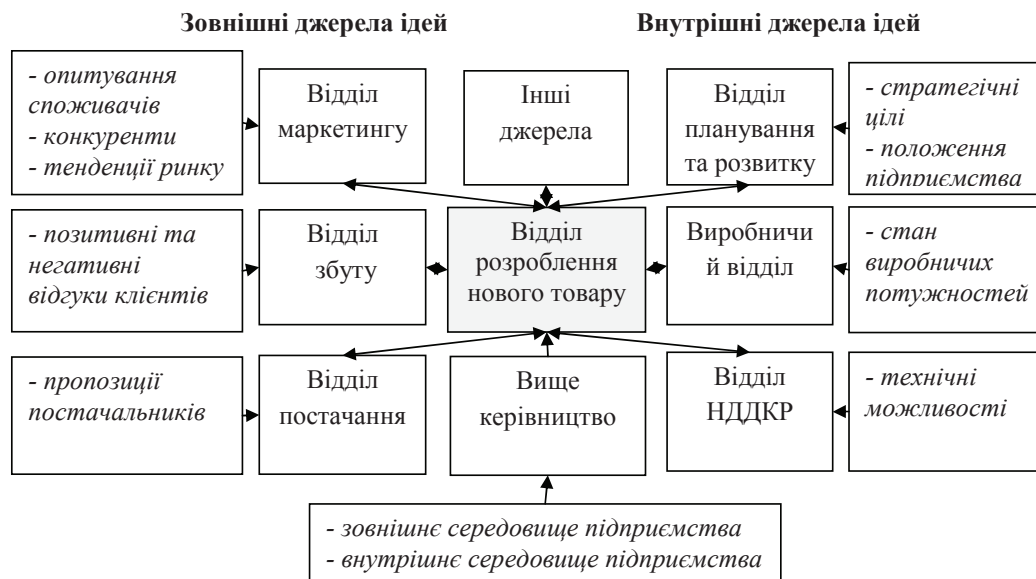


Рис. 2. Схема взаємозв'язків між відділом розроблення нового товару та іншими відділами підприємства [джерело: власна розробка авторів]

Відповідно до цього, всі ідеї від внутрішніх та зовнішніх джерел необхідно фіксувати кожним відділом в залежності від його спеціалізації та передавати на розгляд до відділу розроблення нового товару. В кожному відділі необхідно призначити людину в обов'язки якої буде входити збір та фіксування ідей. В результаті такого підходу кожен відділ буде зацікавлений в пошуку ідей, що дозволить зібрати максимальну їх кількість та не упустити найпривабливішої. Розглянемо джерела ідей, які варто враховувати відділам підприємства.

Відділ стратегічного планування та розвитку. Основна роль відділу полягає у виробленні рекомендацій на основі поточної і прогнозованої ситуації, та видачі рекомендацій щодо подальших дій на довгостроковий період. Працівники даного відділу на основі аналізу та приходу до певних висновків про роботу підприємства і досягнення ним поставлених цілей, можуть запропонувати ідеї нового товару, виведення якого на ринок покращить положення компанії.

Виробничий відділ. Даний відділ займається безпосередньо виробництвом всього асортименту продукції. Таким чином, працівники відділу можуть висувати ідеї на основі аналізу ритмічності роботи, підвищення якості продукції, впровадження нової техніки і технологій, комплексної механізації та автоматизації виробництва, роботи обладнання, витрачання матеріальних ресурсів, тривалості технологічного циклу, комплектності випуску продукції, загального технічного та організаційного рівня виробництва.

Відділ НДДКР. Ідеї нового товару у працівників даного відділу можуть виникнути при проведенні фундаментальних та прикладних досліджень в рамках науково-дослідної роботи. Даний відділ володіє повною детальною інформацією про товари компанії, знаючи переваги та недоліки у проектуванні та конструкторській розробці. Таким чином, ідеї запропоновані даним відділом надзвичайно важливі, оскільки засновані на конструкторській та технічній документації та на виробничих можливостях підприємства.

Вище керівництво. Керівники вищої ланки відповідають за прийняття стратегічно найважливіших рішень для промислового підприємства в цілому. Вони володіють повною інформацією про положення компанії на ринку, про основні загрози, фактори, які впливають на її успішність. Таким чином, вище керівництво може формувати ідеї нових товарів під впливом як ситуації всередині компанії так і зовнішньої обстановки.

Відділ постачання. Працівники даного відділу закупають всі необхідні матеріали для виробництва у постачальників. Останні в свою чергу можуть стати джерелом ідей нового товару, шля-

хом пропозиції нових деталей та матеріалів, надання інформації про закупки конкурентів компанії, рекомендацій про спеціальні вироби, які можуть покращити якість продукції підприємства на основі пропозиції вигідних умов співробітництва, оскільки вони завжди зацікавлені в економічному успіху компанії.

Відділ збуту. Даний відділ може запропонувати надзвичайно важливі ідеї нового товару, оскільки співробітники на пряму взаємодіють із основним зовнішнім джерелом, а саме клієнтами промислового підприємства. Відділ володіє інформацією про позитивні та негативні сторони виробленої продукції на основі відгуків та пропозицій клієнтів, які в свою чергу надають всю необхідну інформацію про результати використання виробів.

Відділ маркетингу. Вклад даного відділу у відділ розроблення нового товару є найзначнішим. В першу чергу тому, що працівники аналізують велику кількість зовнішніх джерел, які впливають на діяльність компанії та знають положення не тільки підприємства на ринку, а й його основних конкурентів. В основному зовнішніми джерелами ідей нового товару для співробітників даного відділу можуть бути наступні:

- Опитування споживачів про шляхи вдосконалення існуючих продуктів і про нові продукти, які вони хотіли б придбати. При опитуванні акцент робиться на негативних аспектах, так як саме вони можуть стати джерелом ідей нового або удосконаленого продукту.

- Прогнози розвитку національної економіки та тенденції розвитку ринку. Аналіз цих прогнозів дозволяє визначити потенційні можливості для того чи іншого продукту в мінливому середовищі.

- Статті та рубрики, присвячені новим продуктам в спеціалізованих та економічних журналах.

- Матеріали з галузевих семінарів, конференцій, симпозіумів і т.д.

- Публікації, присвячені діяльності основних конкурентів.

- Інформація про нові патенти.

Інші джерела. Також джерелами ідей нового товару можуть виступати: співробітники інших відділів підприємства; дослідницькі організації; університети, що співпрацюють з компанією; спеціалізовані організації, що займаються науковими дослідженнями і розробками; представники торгово-посередницьких організацій та інші.

Пошук нових ідей нового товару потребує залучення всіх співробітників організації до даного процесу. Тому, для того, щоб кожен працівник був зацікавлений в генеруванні ідей необхідно стимулювати персонал. Для цього потрібно вищому керівництву створити спеціальні програми по стимулюванню та поінформувати про них кожен відділ, який в свою чергу розповсюдить інформацію серед працівників. В рамках даних програм кожен працівник оповіщається про те, що його ідея буде гарантовано розглянута та оцінена. Зазначені програми передбачають виплату премій та інші винагороди за найбільш цінні ідеї. Імена переможців таких конкурсів публікуються у друкованому виданні компанії. Таким чином, кожен співробітник організації буде мотивований брати участь в процесі генерування ідей нового товару, що допоможе отримати велику кількість різних ідей, що і є основною метою даного етапу.

Також можна мотивувати окремо відділи підприємства, організувавши конкурс в рамках якого переможцем буде визначений той відділ, який зібрав максимальну кількість ідей. Результати конкурсу буде також опубліковано в друкованому виданні організації. Таким чином, кожен відділ може використовувати різні методи генерування ідей. Авторами узагальнено дані методи та наведено ті, які рекомендовано до використання на промисловому підприємстві (таблиця 2).

Таким чином, дані методи можуть використовувати як окремі відділи так і загальний відділ розроблення нового товару. Вибір методу залежить від специфіки роботи підприємства, товарної категорії та культури всередині організації. Якщо підприємство проводить інноваційну діяльність і планує постійно розробляти та вдосконалювати товари, то необхідно, щоб ідеї з'являлися та висувалися завжди, що гарантуватиме збір максимальної кількості ідей, серед яких обов'язково буде та, яка принесе успіх підприємству.

Отже, практика показує, що більшість підприємств, які успішно розвиваються на ринку, свій успіх пояснюють саме впровадженням на ринок нових товарів. Однак процес розроблення таких товарів є надзвичайно складним, оскільки потребує в основному фінансових, часових та інтелектуальних затрат. Керівництво підприємства повинне відповідально підійти до організації даного процесу, звернувши значну увагу саме на генерування ідей. Найбільш цінна ідея, яка принесе успіх підприємству може бути навіть не розглянута. Тому, правильна організація процесом їх пошуку дозволить зібрати максимальну кількість ідей та не упустити найважливішої.

Методи генерування ідей нових товарів [3, 5, 6]

«Мозковий штурм»	Являє собою неструктурований процес генерування ідей, спонтанно запропонованих учасниками. В основі методу лежить ідея про те, що для пробудження творчої ініціативи людини треба відірвати її із звичної обстановки і помістити в незвичайні умови, наприклад, зробити учасником гри або дискусії з елементами гри.
Синектика	Процес вирішення проблеми складається з наступних основних стадій: постановка проблеми так, як вона спочатку сформульована; аналіз проблеми; припущення і пропозиції, що виникають відразу; постановка проблеми так, як вона розуміється; збільшення дистанції між базовим і можливим новим рішенням за допомогою аналогій; порив фантазії; генерування можливого рішення.
Метод контрольних питань	Припускає використання списку питань або пропозицій, що мають відношення до аналізованої проблеми. Питання складаються у вільній формі
Матричне структурування проблем	Являє собою метод систематизації пошуку нових ідей шляхом побудови матриці, стовпці якої відповідають обговорюваним варіантам продукту і послуг, а рядки - ринковим атрибутам цих товарів, записаних у вигляді питань. Відповіді по кожному товару записуються у клітини матриці.
Діаграма причин і результатів	Одним із способів побудови діаграми є спосіб на основі аналізу розсіювання, який складається з наступних етапів: формується група людей, що володіють необхідними знаннями; чітко описується сама проблема, причини виникнення якої необхідно знайти; на великому аркуші паперу позначається розглянута проблема у вістрі великої стрілки; ідентифікуються категорії (люди, процеси, зовнішні умови, робоче середовище) можливих причин виникнення даної проблеми і наносяться позначення близько ліній, що виходять з основної стрілки; для кожної категорії методом мозкового штурму виявляються всі можливі причини, які позначаються на відповідній гілці діаграми; далі причини аналізуються і виділяються найважливіші з них.
Діаграма спорідненості	Виявлення взаємозв'язків між окремими ідеями та рішеннями, які на перший погляд не мають нічого спільного. Це досягається шляхом угруповання ідей і рішень та виявлення глибинних взаємозв'язків між отриманими групами.

Висновки. Основні положення наукової новизни отриманих результатів дослідження полягають у визначенні процесу генерування ідей як одного з найскладніших етапів розроблення нового товару. Рекомендовані теоретичні та практичні засади щодо організації даного процесу на промисловому підприємстві. Запропоновано схему взаємозв'язків всередині підприємства під час реалізації процесу пошуку ідей нового товару. Також слід звернути увагу, що правильна організація процесу генерування ідей сприятиме підвищенню ефективності впровадження інноваційних розробок.

Література:

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг, 8-е издание. : Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 832 с.
2. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Заєнчик В.М. Основы творческо-конструкторской деятельности: предметная среда и дизайн : учебник для студ. высш. учеб. заведений / В. М. Заєнчик, А. А. Карачёв, В. Е. Шмелёв. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 320 с.
4. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика [Текст]: Підручник / В.Я. Кардаш, І.А. Павленко, О.К. Шафалюк. – К.: КНЕУ, 2002. – 266 с.
5. Котлер Ф. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Бес; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 206 с.
6. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского. – СПб. : Наука, 1996. – 534 с.
7. Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка.– Суми: ВТД «Університетська книга», 2004.– 616 с.
8. Рыкалина О.В. Взаимодействие отделов логистики и маркетинга в процессе разработки новых продуктов / Рыкалина О.В.// Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014. – №3 (111) – с.162-169.
9. Тоёхиро Коно. Стратегия и структура японских предприятий. : Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1987. – 383 с.

Окландер М.А.*доктор економ. наук, професор,
Одеський національний політехнічний університет***Романенко О.О.***канд. економ. наук, доцент,
Київський національний лінгвістичний університет*

СПЕЦИФІЧНІ ВІДМІННОСТІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ВІД ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОТЛИЧИЯ ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГА ОТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

SPECIFIC DIFFERENCES IN DIGITAL MARKETING FROM INTERNET MARKETING

В статті розглянуто теоретичні положення цифрового маркетингу як специфічної форми класичного маркетингу в умовах зміни технологічного базису виробництва та інформатизації суспільства. Обґрунтовано, що цифровий маркетинг збагатив Інтернет-маркетинг можливостями мобільного зв'язку. Показано, що цифрові методи обробки та використання інформації стають основним джерелом підвищення результативності і ефективності маркетингової діяльності. Доведено, що в результаті з'явилися додаткові можливості розширення аудиторії маркетингового впливу за рахунок власників засобів мобільного зв'язку з одночасним забезпеченням адресності та персоніфікації такого впливу. Акцентована увага на змінах форм і методів маркетингової діяльності, які стають поштовхом для появи нової форми маркетингової діяльності. Визначено, що цифровий маркетинг є видом маркетингової діяльності, який за цифровими каналами цифровими методами дозволяє адресно взаємодіяти з цільовими сегментами ринку у віртуальному та реальному середовищах.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, цифровий маркетинг, електронна комерція, соціальні мережі, таргетинг, веб-ресурс.

В статье рассмотрены теоретические положения цифрового маркетинга как специфической формы классического маркетинга в условиях изменения технологического базиса производства и информатизации общества. Обосновано, что цифровой маркетинг обогатил Интернет-маркетинг возможностями мобильной связи. Показано, что цифровые методы обработки и использования информации становятся основным источником повышения результативности и эффективности маркетинговой деятельности. Доказано, что в результате появились дополнительные возможности расширения аудитории маркетингового воздействия за счет владельцев средств мобильной связи с одновременным обеспечением адресности и персонификации такого воздействия. Акцентируется внимание на изменениях форм и методов маркетинговой деятельности, которые становятся толчком для появления новой формы маркетинговой деятельности. Цифровой маркетинг определен, как вид маркетинговой деятельности, который по цифровым каналам цифровыми методами позволяет адресно взаимодействовать с целевыми сегментами рынка в виртуальной и реальной средах.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, цифровой маркетинг, электронная коммерция, социальные сети, таргетинг, веб-ресурс.

The article describes the theoretical principles of digital marketing as a specific form of classical marketing in a changing technological basis of production and the information society. Substantiated that digital marketing has enriched Internet marketing capabilities of mobile communication. It is shown that digital processing techniques and the use of information become the main source of increasing the effectiveness and efficiency of marketing activities. We prove that as a result there are additional possibilities of expanding the audience of the marketing impact by owners of mobile communications with simultaneous targeting and personalization of such exposure. The attention is focused on the changes of

forms and methods of marketing activities, which become the impetus for the emergence of new forms of marketing activities. Digital marketing is defined as a kind of marketing activities, which on digital channels digitally addressable allows to interact with the target market segment in virtual and real environments.

Keywords: *Internet marketing, digital marketing, e-commerce, social networks, targeting, web resource.*

Вступ. Інтернет-маркетинг виник в межах функціонування електронної економіки, концепцію якої у 1995 р сформулював Негропonte Н., який узагальнив нові риси економічного існування цивілізації. Інтенсивне кількісно-якісне зростання користувачів Інтернет з кінця 80-х років ХХ ст. забезпечувалось його комунікаційними функціями і можливостями економічної взаємодії. Освоєння Інтернет і формування електронної економіки розпочалося з електронної пошти, продовжилось можливостями передачі інформації, появою електронної комерції, Інтернет-банкінгу. У 1994 р. був відкритий перший Інтернет-магазин і впроваджена перша система Інтернет-банкінгу. Після вдалого початку можливості Інтернет стали масштабно використовуватись підприємствами всіх секторів і галузей економіки.

Підприємства почали створювати сайти і впроваджувати електронні форми ведення бізнесу. Вільний доступ до Інтернет породжував більш ефективні форми господарської діяльності, створював додаткові канали постачання і розподілу. Безперервне зростання користувачів Інтернет, кожен з яких є потенційним споживачем, призвели до адекватного зростання товарообігу електронної економіки. Різне зниження трансакційних витрат автоматично підвищувало рентабельність господарської діяльності, що за каналами зворотнього зв'язку призвело до вибухоподібного зростання кількості віртуальних підприємств: банків, магазинів, представництв, аукціонів. Віртуальне середовище, віртуальні підприємства простимулювали виникнення віртуальних товарів (програмне забезпечення, сайти, комп'ютерні ігри) і грошей. Віртуальні товари та електронні гроші є унікальними феноменами електронної економіки, які не існують окремо від виробничих сил електронної економіки (комп'ютерних приладів та засобів телекомунікації). Електронна економіка самоідентифікувалась, отримавши специфічні відмінності від реальної економіки, що різко прискорило темпи її зростання. Виникли галузі галузі електронної економіки: 1) електронна комерція (e-commerce); 2) електронні гроші (e-cash); 3) електронний маркетинг (e-marketing); 4) електронний банкінг (e-banking); 5) електронне страхування (e-insurance).

Теоретичні засади формування маркетингових технологій у віртуальному середовищі знайшли відображення у наукових працях таких вчених як Р. Абдеєв, Д. Белл, Г. Васильєв, В. Голик, Ф. Гуров, Д. Забегалін, М. Зуєв, М. Івченко, Е. Кінг, Т. Козлова, П. Маурис, І. Мелюхин, І. Бойчук, В. Пилипчук, А. Прокоф'єв, Є. Путилова, Дж. Райт, Р. Реддік, М. Хейг, А. Шеремет. Разом із тим, теоретичне усвідомлення та наукове обґрунтування місця маркетингу в умовах інформатизації суспільства залишається предметом наукової дискусії.

«Наріжним каменем» електронної економіки є Інтернет. Тому типове визначення електронної економіки пов'язане з Інтернет і формулюється наступним чином: «Електронна економіка — це економіка, в якій головні виробничі функції зосереджені в електронній комерції, наприклад, торгівля в Інтернет» [1]. Двадцятирічний досвід електронної економіки викликав явище переходу кількісних змін у якісні — з'явилася цифрова економіка. За законами діалектики епоха цифрової економіки змінює епоху Інтернет-економіки. Позитивне переходить в нову епоху, а трансформації відбуваються за рахунок заперечення неефективного та переходу кількості в якість. «Цифрова економіка — це глобальна мережа економічної і соціальної діяльності, яка доступна через такі платформи як Інтернет, мобільні і сенсорні мережі» [2]. Оскільки, цифрова економіка є, з одного боку, похідною від електронної економіки, а з іншого, наступним етапом розвитку то, невіршеним є виділення принципів відмінностей маркетингу в умовах цифрової економіки.

Постановка задачі. Метою статті є визначення специфічних відмінностей цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу.

Методологія. У роботі було використано методи наукової абстракції, аналізу та синтезу, системний, діалектичний, аналогії та структурно-функціональний методи дослідження, що дають можливість розкрити сутність трансформації культурних чинників поведінки споживача в сучасних умовах.

Результати дослідження. Із Інтернет-економіки в цифрову економіку переходять наступні характеристики: масштаб операційної діяльності не є залежним від розміру і місцезнаходження; інформація є відновлювальним ресурсом, який може бути використаний багато разів; внаслідок підвищеної інформованості споживачів їх поведінка стає проактивною.

Новими явищами, які надають цифровій економіці самостійність та специфічність, є:

– мобільні технології;

- хмарні технології;
- бізнес-аналітика на основі цифрових технологій;
- соціальні медіа.

Мобільні технології істотно змінюють бізнес-моделі, оскільки різноманітні дії з інформацією можна здійснювати дистанційно. Смартфони є персоніфікованим багатофункціональним мережевим пристроєм, який має широкий спектр додатків, відеокамери, фотокамери, дозволяє з'єднуватися з усіма приладами в Інтернет, з іншими людьми. В 2017 р. у світі буде близько 2,5 млрд. власників смартфонів (рис. 1).

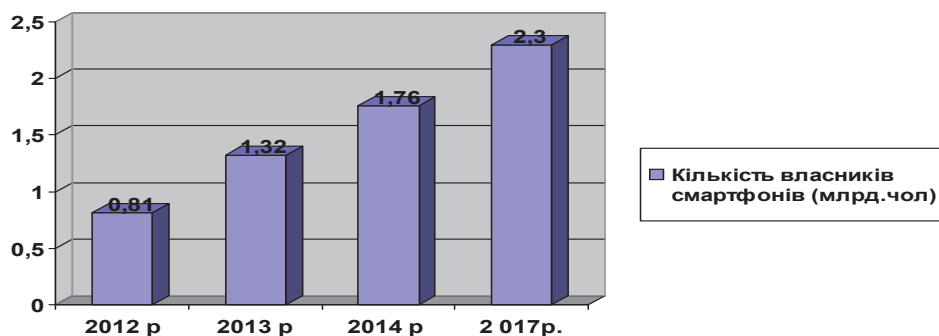


Рис. 1. Динаміка кількості власників смартфонів у світі [3]

Чим вищі темпи зростання економіки, тим швидше збільшується кількість смартфонів. В 2014 р. економіка Китаю вийшла на перше місце в світі за темпами зростання, відповідно, Китай займає перше місце в світі за кількістю власників смартфонів. На другому місці економіка США — США займає друге місце за кількістю власників смартфонів.

Хмарні технології дозволяють обробляти великі масиви несистематизованої інформації, систематизуючи її. Безумовно це полегшує прийняття маркетингових рішень. Тому в світі зростають витрати на впровадження хмарних сервісів (рис. 2).

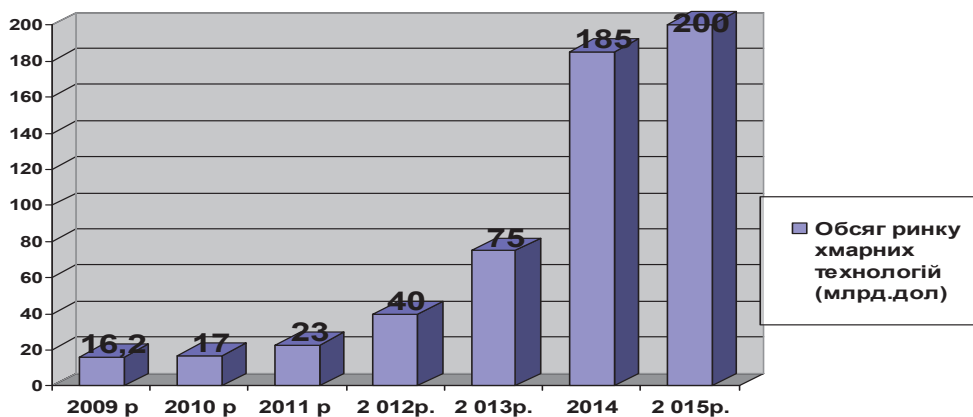


Рис. 2. Динаміка обсягу світового ринку хмарних технологій [4]

У 2015 році до 60% зібраної в світі інформації зберігатиметься у хмарах. В США та країнах ЄС прийняті національні програми розвитку хмарних сервісів: в США — «Федеральна стратегія щодо хмарних обчислень»; в ЄС — «Вивільнення потенціалу хмарних обчислень в Європі» (2,5 млн. додаткових робочих місць, 160 млрд. євро щорічного додаткового прибутку) [5].

Розвиток хмарних технологій змінює форми і зміст аналітичної діяльності в підприємстві. Нині обсяги несистематизованої, незадокументованої інформації зростають в 2-2,5 рази більше, ніж задокументованої. Тому адекватно зростає значення сучасної бізнес-аналітики (рис. 3).

Бізнес-аналітика на основі цифрових технологій змінює традиційну, розтягнуту в часі, схему аналітичної роботи: інформація певний час збиралась, а потім аналізувалась. Нині важливим є автоматичний мережевий аналіз потоку незадокументованих даних, що мають пряме чи опосередковане відношення до підприємства. Інструментами бізнес-аналітики є: платформи бізнес-аналітики (business intelligence, BI), інструменти управління ефективністю діяльності (corporate performance

management, CPM), розширені аналітичні додатки. Світовий ринок програмного забезпечення бізнес-аналітики складає 14,4 млрд. І, в середньому, щорічно зростає на 8%. Найбільшими спеціалізованими виробниками є SAP та Microsoft [7].

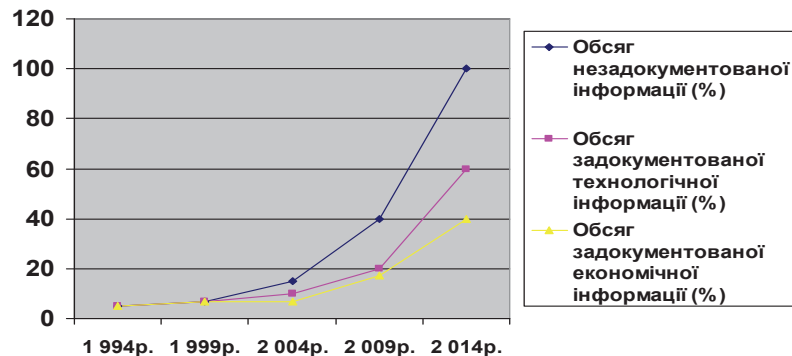


Рис. 3. Динаміка генерування інформації (%) [6]

Соціальні медіа гармонізують міжфункціональну координацію підрозділів підприємств та зв'язок із споживачами та партнерами. Зростання соціальних мереж останнім часом обумовлено двома чинниками: збільшенням кількості осіб, які підключаються до Інтернет через мобільні телефони та зростанням аудиторії соціальних мереж за рахунок осіб старших вікових категорій (табл. 1).

Таблиця 1

Параметри основних соціальних мереж

Назва соціальної мережі	Кількість відвідувачів в день, млн. осіб	Кількість унікальних відвідувачів в місяць, млн. осіб	Характеристика аудиторії
Facebook	665	900	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 45-54 роки
Twitter	35	500	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 55-64 роки
YouTube	-	1000	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 18-34 роки
Google+	120	359	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 45-54 роки
LinkedIn	9	200	Найбільша світова професійна мережа
Вконтакте	60	160	Найшвидше зростаючим сегментом є жінки в віці 55-65 років

Зрозуміло, що концепція та методологія маркетингу носять універсальний характер і спрямовуються на підвищення конкурентоспроможності підприємств. Однак в сучасних умовах цифрової економіки класичні теоретичні положення маркетингу набувають специфічних форм, адаптуючись до зміни технологічного базису виробництва. Зростає потужність комп'ютерів і обсяг накопиченої інформації, дешевшим стає процес зберігання даних.

Нові цифрові методи обробки та використання інформації стають основним джерелом підвищення результативності та ефективності маркетингової діяльності. В умовах інформатизації суспільства, Інтернет та інші цифрові канали змінюють форми і методи маркетингової діяльності, стають поштовхом для появи нової форми маркетингової діяльності — цифрового маркетингу (англ. digital marketing).

Данько Т.П., Китова О.В. вважають, що «цифровий маркетинг — це маркетинг, що забезпечує взаємодію клієнтами та бізнес-партнерами з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій та електронних пристроїв, більш широкому сенсі це... реалізація маркетингової діяльності з використанням цифрових інформаційно-комунікаційних технологій» [8, С. 261].

Карпіщенко О.О., Логінова Ю.Е. зазначають, що «цифровий маркетинг — це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару. Телебачення, радіо, Інтернет, соціальні медіа — усе це інструменти цифрового маркетингу. Цифровий маркетинг тісно переплітається з Інтернет маркетингом, але в ньому вже розроблені ряд технік, що дозволяють досягати цільову аудиторію навіть в офлайн середовищі». Він вирішує наступні завдання: 1) підтримка іміджу бренду; 2) підтримка виведення нового бренду або продукту на ринок; 3) підвищення впізнаваності; 4) стимулювання продажів [9].

На нашу думку, цифровий маркетинг — це вид маркетингової діяльності, що за цифровими каналами цифровими методами дозволяє адресно взаємодіяти з цільовими сегментами ринку у віртуальному та реальному середовищах.

Цифровий маркетинг — це весь комплекс маркетингових дій в сучасному світі. Тобто, це сучасний маркетинг, якому властива дуальність через його гібридний характер: частина функцій виконується в он-лайн, а частина в оффлайн-середовищі.

Цифровий маркетинг є похідним від Інтернет-маркетингу, виходячи, при цьому, за межі комп'ютерного спілкування. Взаємодія з цільовими аудиторіями відбувається за рахунок мобільних пристроїв, цифрового телебачення, інтерактивних екранів, POS-терміналів. Якщо в Інтернет-маркетингу використовується один канал — Інтернет, то у цифровому маркетингу кількість каналів є достатньо великою і в перспективі буде зростати. Крім того, високими темпами зростають кількість мобільних пристроїв (рис. 4).

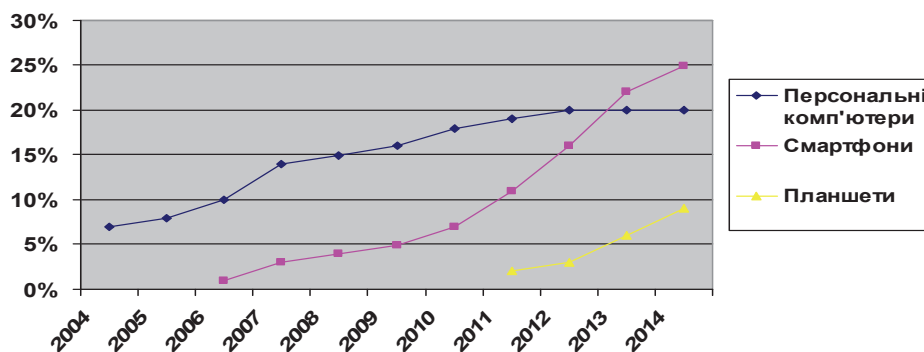


Рис. 4. Частка пристроїв до кількості населення в світі [10]

В теперішній час цифровий маркетинг використовує п'ять цифрових каналів:

- 1) мережа Інтернет і пристрої, що надають доступ до неї (комп'ютери, планшети, смартфони);
- 2) локальні мережі (Екстранет, Інтранет);
- 3) мобільні пристрої;
- 4) цифрове телебачення;
- 5) інтерактивні екрани, POS-термінали.

Цифровий маркетинг є другою фазою розвитку маркетингу в умовах інформатизації суспільства. Цифрові канали забезпечують практично миттєве поширення інформації, стають основним носієм комунікативних повідомлень та механізмом взаємодії з клієнтом. Тому важливою є присутність підприємства у вказаних цифрових каналах. Він має унікальні властивості, що обумовлені гіпермедійною природою. Аудіовізуальні цифрові методи дозволяють здійснювати ефективний емоційний, когнітивний, психологічний вплив на цільову аудиторію, отримувати доступ до інформації без обмежень місцезнаходження комп'ютера (web-і war-ресурси), долати територіальні бар'єри на шляху реалізації маркетингових заходів, скорочувати часові витрати на доступ до каталогів товарів, адаптивно реагувати на появу потреб та побажань клієнтів і бізнес-партнерів, управління подіями в режимі реального часу.

Аудіовізуальні можливості цифрового маркетингу стимулюють підвищення інтересу споживачів до рекламованого товару, адже візуальне зображення сприймається у 6000 разів швидше, ніж текстове:

- збільшується конверсія, якщо зображення супроводжує рекламне повідомлення;
- збільшується кількість відвідувачів сайту, якщо на головній сторінці є відео- чи анімаційний ролик;
- підвищується імідж та відомість підприємства, якщо воно пропонує безкоштовні сервіси по обміну фотографіями і відео;

– збільшуються продажі, якщо підприємство присутнє у соціальних мережах та має блоги, які ведуть провідні фахівці та керівники підприємства.

Основними методами цифрового маркетингу є:

- контекстна реклама Google Adwords, Yandex Direct;
- технологія Big Data — масиви даних великих обсягів;
- ретаргетінг (англ. retargeting) — перенацілювання;
- мобільний маркетинг;
- електронна пошта;
- вірусний маркетинг.
- RTB (англ. real time bidding) — торги в реальному часі;
- SMM (англ. social media marketing) — соціальний медіа маркетинг;
- SMO (англ. social media optimization) — оптимізація для соціальних мереж;
- SEO (англ. search engines optimization) — оптимізація сайту у пошукових системах;
- SEM (англ. search engine marketing) — пошуковий маркетинг.

Рейтинг частоти використання методів цифрового маркетингу виглядає наступним чином: перше місце – SEO (оптимізація сайту у пошукових системах) – цей метод застосовують 90% підприємств; друге місце – SMM (соціальний медіа маркетинг) і SMO (оптимізація для соціальних мереж) – 65% підприємств; третє місце – контекстна реклама – 60% підприємств; четверте місце – SEM (пошуковий маркетинг) – 33% підприємств [11].

Перше місце пошукової оптимізації пояснюється тим, що 70-90% споживачів, в залежності від типу ринку (B2C, B2B) починають пошук товару з пошукових систем. На цьому ґрунтується парадигма і концепція цифрового маркетингу, які проявляються у філософії: «Співпрацюй з тими, хто цього хоче». Саме такий підхід априорі є найбільш ефективним.

Коли користувач звертається до пошукової системи, то його запит фіксується і таким чином визначаються потреби споживачів. Далі за допомогою інших інструментів цифрового маркетингу йому пропонують альтернативні варіанти задоволення попиту. Тому цифровий маркетинг часто називають інбаунд (англ. inbound — вхідний) чи пулл (англ. pull — тянучий). На відміну від традиційного маркетингу, який за своєю суттю є аутбаундом (англ. outbound — вихідний) чи пуш (англ. push — штовхаючий). Отже, цифровий маркетинг активізується після появи інтересу у потенційного покупця, а сигналом до початку активної фази цифрового маркетингу є подача запиту до пошукових систем. Значення пошукових систем, а, значить і SEO-оптимізації, буде зростати.

Друге місце маркетингової діяльності в соціальних мережах обумовлено популярністю соціальних мереж та високим рівнем довіри до рекомендацій знайомих і друзів. Соціальні мережі є штучною платформою для реалізації біосоціальної схильності людей до спілкування. Цьому сприяють необмежені інтерактивні комунікації, безпосередня участь користувачів в генерації та ретрансляції медійного контенту, високий ступінь залученості в процес комунікацій, максимальна швидкість зворотного зв'язку, персоналізація користувача. Рекламі довіряють лише 14% покупців, а відгукам інших споживачів — 78% покупців [12]. Між тим, окрім соціальних мереж є інші різновиди соціальних медіа, які також дозволяють впливати на позицію споживачів: Інтернет-форуми, блоги, фото- та відео- хостинги, віртуальні світи, спільноти з виробництва спільного контенту, спільні проекти, геосоціальні сервіси, спільноти подієвих комунікацій, сайти знайомств, соціальні агрегатори. Тому такими важливими є методи SMM і SMO, які дозволяють формувати і закріплювати позитивний імідж підприємства серед мережевої спільноти за рахунок організації медіа-майданчиків і залучення на них цільової аудиторії, розміщення рекламного чи PR-контенту в місцях концентрації цільової аудиторії, створення та управління блогами, співпраці з блогерами, створення або спонсорювання додаткових програмних продуктів, проведення конкурсів, френдингу, розсилки інвайтів.

Додатковим інструментом для соціальних мереж є вірусний маркетинг, який є вкрай ефективним при умові гармонізації змісту комерційної інформації та форми її ілюстрації (ролики, тексти, фотографії). Вдалий вибір форми простимулює споживачів добровільно пересилати їх іншим відвідувачам соціальних мереж. Найбільшу комунікативну ефективність мають: смішні-, драматичні-, екстремальні-, хорор-ролики.

Мобільний маркетинг, поки що не входить до лідерів цифрового маркетингу, проте стрімко набирає темпи і найближчим часом слід очікувати зростання його частки в загальному обсязі реклами. Нарощування потенціалу мобільних пристроїв, зростання кількості GPS-пристроїв та різноманітних мобільних додатків призведе до реструктуризації цифрового маркетингу на користь мобільного маркетингу. Мобільний маркетинг у 2-5 разів ефективніший Інтернет-маркетингу [13]. Перспективним є використання мобільного маркетингу з географічною прив'язкою на основі GPS-пристроїв.

В 2014 році, за оцінками eMarketer, компанії всього світу планують витратити на цифровий маркетинг 135 млрд. дол. В 2015 році, за прогнозами WebDAM Solutions, цифровий маркетинг займе 25% від загального обсягу маркетингових бюджетів, при цьому доходи від реклами у друкованих засобах масової інформації демонструють показники рівня середини XX ст. і ця тенденція буде наростати [12].

Цифровий маркетинг ширший за Інтернет-маркетинг на:

- 1) нові можливості мобільного зв'язку:
 - текстові повідомлення (SMS);
 - голосове автоматичне меню (IVR);
 - мультимедійні повідомлення (MMS);
 - локальний радіозв'язок між комунікаційними засобами (Bluetooth);
 - безпроводний протокол передачі даних (WAP);
 - мобікод — комбінація цифр, яка надає можливість здійснювати платежі чи отримувати знижки;
 - QR-код — картинка на друкованій продукції, яка дозволяє швидкий перехід у віртуальне середовище;
 - технології Click To, Flash SMS, Location Based Services (LBS) — технології зручного завантаження програмних продуктів;
- 2) нові можливості телебачення:
 - технологія доповненої реальності (Augmented Reality) — технологія відтворення у реальності віртуальних елементів;
- 3) нові можливості інтерактивних екранів:
 - 3D-проекції (3D-mapping) — технологія проекції зображення на об'єкт навколишнього середовища;
- 4) нові можливості POS-терміналів, відеокамер:
 - біометричні технології — технологія автоматизованої ідентифікації споживачів, на основі фізіологічних (відбитки пальців, розпізнавання обличчя, ДНК, малюнок райдужної оболонки ока, форма долоні або вуха, запах) або поведінкових (рукописний або клавіатурний почерк, голос, рух губ, хода) характеристик. Наприклад, за допомогою біометричних технологій можна оплачувати товари, приклавши палець (око, вухо) до сканера. Відповідні камери дозволяють проводити маркетингові дослідження відношення до товару чи рекламних повідомлень у формі спостережень демографічних та поведінкових особливостей споживачів (повороти голови, моргання очей, рухи, міміка, хода, емоційні реакції). На основі цієї технології деякі торгові точки вже використовують розпізнавання обличчя для створення баз даних клієнтів.

5) нові можливості електронної пошти:

- розсилання на мобільні пристрої електронних рекламних повідомлень у вигляді sms, тобто відбувається комбінування телефонного маркетингу із поштовою розсилкою.

З урахуванням цих можливостей змінюються роль сайту підприємства в системі цифрового маркетингу, який стає «серцево-судинною системою» цифрового маркетингу.

Сайт є майданчиком, який дозволяє взаємодіяти із соціальними мережами, мобільними пристроями, забезпечує трафік користувачів та вимірювання відвідувань та дій. Удосконалення технологій дозволяє змінювати контент. Відбувається перехід від текстового наповнювання до відео, прив'язки до QR-кодів, інфографіки, фото, карт навігації, порівняльного аналізу товарів.

Залучення та утримання користувачів на сайті потребує розміщення актуальної змістовної інформації щодо підприємства та заходів по стимулюванню збуту. Важливою перевагою сайту є можливість швидко змінювати позиціонування товару, залучати лояльних споживачів до співробітництва з підприємством, підвищувати обізнаність споживачів і формувати імідж «прозорого» соціально-відповідального підприємства, забезпечити доступність керівництва та співробітників для споживачів.

Система оцінки комунікативної діяльності в системі цифрового маркетингу може складатися з наступних традиційних (класичних) та новітніх (специфічних) медіапоказників:

1) традиційні (класичні) показники:

- охоплення — частка цільової аудиторії, яка була піддана впливу рекламного повідомлення в певний проміжок часу;
- OTS чи частота (англ. opportunities to see — можливість побачити) — кількість переданих рекламних повідомлень за певний проміжок часу;
- GRP чи сумарний рейтинг (англ. gross rating points) — показник виконання медіаплану, розраховується як результат множення охоплення на частоту.

- 2) новітні (специфічні) показники інтерактивної взаємодії:
- наведення курсору — рух курсору по інтерактивному об'єкту;
 - клік — клацання мишкою по інтерактивному об'єкту;
 - переходи — переміщення користувача в результаті кліка на іншу URL-адресу;
 - генерований користувачем контент — коментарі, посилання, які створює користувач;
 - реєстрації в CMS-системі — акт, що забезпечує редагування контенту.

Конкуренція сприяє зростанню цифрових технологій, що робить їх основними інструментами в боротьбі за споживача — не тільки в якості медійного каналу, як основного засобу взаємодії з клієнтом через сервіси і додатки. При цьому використання набору методів цифрового маркетингу залежить від специфіки товару: майже 30% товарів попереднього вибору (особливо електронна техніка) продається через Інтернет, для товарів повсякденного попиту такий показник ледь сягає 1%.

Характеристиками цільових аудиторій, на які може бути спрямований цифровий маркетинг, є:

- технологічна оснащеність: наявність мобільного телефону, комп'ютера, смартфона, планшета, телевізора з виходом в Інтернет, інтерактивної телевізійної приставки;
- економічна можливість: здатність оплачувати доступ до Інтернет, цифрового телебачення, GPRS-, WAP-, SMS-трафіки;
- вміння працювати в режимі користувача: вміння і навички користування цифровими терміналами;
- лояльність до цифрового каналу: а) стали уподобання з використання цифрових каналів (не мають бажання переключатися на інші цифрові канали); б) мінливі уподобання з використання цифрових каналів (готові переключатися на інші цифрові канали);
- параметри об'єкту таргетування: географічні, галузеві, демографічні, психографічні ознаки;
- тип клієнтури: юридичні особи, фізичні особи.

В сучасних умовах інформатизації суспільства пропонується виділяти дві фази розвитку маркетингу (табл. 2).

Таблиця 2

Фази розвитку маркетингу в умовах інформатизації суспільства

№ п/п	Фаза	Період	Характеристика
1	Інтернет-маркетинг	1995-2003 рр.	Канал розповсюдження: Інтернет через стаціонарні комп'ютери, ноутбуки Середовище функціонування: віртуальне Цільова аудиторія: власники комп'ютерів і ноутбуків з доступом до Інтернет
2	Цифровий маркетинг	2003- теперішній час	Канали розповсюдження: 1) Інтернет через стаціонарні комп'ютери, ноутбуки, планшети, смартфони 2) мобільні пристрої 3) цифрове телебачення 4) інтерактивні екрани, POS-термінали Середовище функціонування: 1) реальне 2) віртуальне Цільова аудиторія: 1) власники комп'ютерів, ноутбуків, мобільних телефонів, смартфонів, планшетів, телевізорів з доступом до Інтернет 2) власники мобільних телефонів, смартфонів 3) користувачі послуг терміналів 4) особи, які бачать електронні екрани

Перша фаза — Інтернет-маркетинг (1995-2003 рр.), який розповсюджувався через стаціонарні комп'ютери, ноутбуки, функціонував у віртуальному середовищі, а цільовою аудиторією були лише власники комп'ютерів і ноутбуків з доступом до Інтернет.

Друга фаза — цифровий маркетинг (2003 р. до теперішнього часу), який розповсюджується через всі мобільні пристрої та інші пристрої, що мають доступ до Інтернет, сфера функціонування розширюється за рахунок переходу у реальне середовище, а цільова аудиторія — за рахунок власників мобільних пристроїв.

Фалгоні Ж. вважає, що існують такі проблеми впровадження методів цифрового маркетингу в діяльність підприємств [15]:

1) Проблема відсутності фахівців. Існує дефіцит маркетологів-аналітиків і фахівців з ІТ-технологій для опрацювання великих обсягів накопиченої маркетингової інформації — згідно даних консалтингової агенції McKinsey, лише в США необхідно 140 тис. провідних аналітиків і 1,5 млн. допоміжного аналітичного персоналу для аналізу масиву великих даних.

2) Проблема електронної комерції. Зростання обсягів електронної комерції зменшує рентабельність трансакційних операцій ритейлу внаслідок зниження цін — на споживчому ринку США обсяги продажів через Інтернет зросли на 15%, що в п'ять разів перевищує приріст продажів у традиційній роздрібній торгівлі. Взагалі 10% роздрібною товарообігу США зосереджено в Інтернет.

3) Проблема соціальних мереж. Не існує методики оцінки ефективності маркетингової діяльності в соціальних мережах. При зростанні масштабів використання соціальних мереж (на території США за рік Facebook залучив 150 млн., LinkedIn — 41 млн., Twitter — 40 млн., Google+ — 29 млн., Pinterest і Instagram — по 25 млн. відвідувачів; час відвідання соціальних мереж вже перевищив час відвідання сайтів) зрозуміло, що скупчення потенційної цільової аудиторії на певних мережевих майданчиках дозволяє проводити там маркетингові дослідження та комунікаційні заходи. Проте ефективність цих заходів важко оцінити і деякі фахівці навіть вважають, що така ефективність є вкрай невисокою.

4) Проблема зростання витрат на цифрову рекламу. Збільшення попиту на розміщення реклами в Інтернет і її відносна ефективність стимулює зростання цін неї. Звіт Бюро інтерактивної реклами (IAB — міжнародна суспільна організація, яка об'єднує виробників цифрової реклами), вказує на значне зростання обсягів реклами в самих різних цифрових форматах, особливо в мобільному маркетингу (+ 92%), відеороликів (+ 18%), пошукових системах (+ 17%), банерах (+ 12%). Прогнозується, що у відносно короткій перспективі вартість відеороликів у Інтернет перевищить вартість реклами на телебаченні.

5) Проблеми таргетингу і ретаргетингу. Дані технології є ефективними, проте вихід на ринок таргетування значної кількості операторів знижує ціни і рентабельність цієї діяльності. Тому виникає протиріччя: з одного боку, таргетування вигідно рекламодавцям, а з іншого — зацікавленість провайдерів цієї послуги знижується.

6) Проблема вимірювання ефективності цифрових рекламних повідомлень. Найбільші міжнародні представники світового рекламного бізнесу, розуміючи, що підвищення ефективності рекламної діяльності на основі цифрових носіїв можливе після подолання конфлікту між кількістю «показаних» і кількістю «побачених» рекламних оголошень, запустили ініціативу 3MS (англ. Making Measurement Make Sense — «Наповнити показники реальним змістом»). Одна з ключових завдань проекту: розробити інструментарій вимірювання рекламних оголошень, які не просто з'явилися на екрані, а були побачені та прочитані. З досліджень роликів, які отримали мільярди переглядів, було з'ясовано, що в середньому біля 30% рекламних оголошень, які були розміщені на переглянутих сторінках, користувач не побачив. Це відбувається тому, що користувач не прокручує сторінку до кінця або покидає її швидше, ніж завантажується реклама. В результаті починається розробка спеціальних програм, які гарантують обов'язкове ознайомлення користувача з рекламою. Використання таких програм в перспективі повинно стати професійним стандартом.

Також повинна бути змінена технологія оцінки ефективності цифрових рекламних кампаній. У теперішній час більшість рекламодавців для оцінки ефективності використовують показник CRT (клікабельність), оскільки він легко розраховується. Проте, факт кліку не гарантує ознайомлення з рекламною продукцією. Тому необхідно розробити дійсно ефективну систему показників.

7) Проблема збільшення кількості мобільних пристроїв (смартфонів і планшетних комп'ютерів) на противагу стаціонарним комп'ютерам. Кількість власників смартфонів і планшетів зростає з високою швидкістю: за останній рік темп зростання кількості смартфонів склав 40%, планшетів — 300%. З цих пристроїв проглядається 13% всіх Інтернет-сторінок, і частка таких переглядів зростає високими темпами. Частка мобільного маркетингу зараз становить біля 8% від всієї цифрової реклами при щорічному темпі зростання 92%. Приблизно 13% всіх транзакцій в електронній комерції в період зимових свят проводяться через мобільний телефон та інші портативні гаджети (70% з них через планшети). В цілому зростання мобільної комерції становить близько 30% на рік.

Мобільні та портативні технології радикально змінюють поведінку споживачів. Виникає ефект шоурумінга — споживачі в реальному магазині обирають товар і тут же, з торговельного залу, замовляють його через мобільний пристрій в Інтернет-магазині. Враховуючи цю тенденцію агенція ComScore оголосила про запуск бета-версії Media Metrix® Multi-Platform — програми, яка дозволяє одночасно фіксувати користувачів, які переглядають рекламу зі стаціонарних комп'ютерів, смартфонів і планшетів. Виявилось, що споживачі стали використовувати смартфони для отримання інформації, пов'язаної з роздрібними покупками на 50% частіше. Шоурумінг стає одним з чинників зниження цін в роздрібній торгівлі.

8) Проблема медіапланування з врахуванням різних цифрових платформ. Якщо раніше планування Інтернет-реклами обмежувалось лише однією платформою, то тепер одну і ту саму цифрову рекламу можна подивитись на мобільних пристроях, стаціонарних комп'ютерах, ноутбуках, планшетах, по телебаченню. Було проведено дослідження щодо перегляду спортивних змагань з використанням телевізорів, домашнього Інтернет, смартфонів, планшетів і виявлено ефект мультиплатформенного споживання. Результати засвідчили, що 25% часу трансляцій, глядачі всіх вікових категорій переглядали паралельно на екранах двох і більше пристроїв. Тобто, поява новітніх пристроїв не означає, що ефективність традиційних носіїв знижується і вони перестають бути актуальними. Така тенденція ускладнює процес управління медіаплануванням: по-перше, сучасні медіаплатформи повинні враховувати мультиплатформенну природу комунікативного сприйняття; по-друге, при оцінці ефективності реалізації медіапланів необхідно розраховувати локальний ефект по кожній цифровій платформі.

Висновки. Цифровий маркетинг збагатив Інтернет-маркетинг, перш за все, можливостями мобільного зв'язку. Це дозволило розірвати замкнутий простір віртуального світу і увійти в реальне середовище. В результаті з'явилися додаткові можливості розширення аудиторії маркетингового впливу за рахунок власників засобів мобільного зв'язку з одночасним забезпеченням адресності та персоніфікації такого впливу, підвищується ефективність маркетингової діяльності в умовах інформатизації суспільства.

Цифровий маркетинг збагатив Інтернет-маркетинг, перш за все, можливостями мобільного зв'язку. Це дозволило розірвати замкнутий простір віртуального світу і увійти в реальне середовище. В результаті з'явилися додаткові можливості розширення аудиторії маркетингового впливу за рахунок власників засобів мобільного зв'язку з одночасним забезпеченням адресності та персоніфікації такого впливу, підвищується ефективність маркетингової діяльності в умовах інформатизації суспільства.

Література:

1. QFINANCE Dictionary | Business Dictionary Online | Financial Dictionary Online – QFINANCE [Електронний ресурс] / QFinance — The Ultimate Online Financial Resource. Business, economics, banking terms and accounting dictionary and glossary, 2012 — Режим доступу: <http://www.qfinance.com/dictionary/digital-economy>, свободный. — Загл. с экрана. — яз. англ.
2. Australian Government. Department of Broadband, Communications and the Digital Economy [Електронний ресурс] / Digital Economy: Future Directions, 2009. — Режим доступу: http://www.dbcde.gov.au/digital_economy/what_is_the_digital_economy, свободный. — Загл. с экрана. — яз. англ.
3. Ринок смартфонів в США і світі [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://geektimes.ru/post/120734>.
4. Обзорный доклад про облачные технологии и платформу Windows Azure [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.oszone.net/18431>.
5. Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. Перспективи розвитку ринку хмарних обчислень в Україні: переваги та ризики. Аналітична записка [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1191>.
6. Новые задачи вынуждают ЕСМ анализировать большие данные [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.cnews.ru/reviews/new/bi_bigdata_2014/articles/novye_zadachi_vynuzhdayut_есм_analizirovat_bolshie_dannye.
7. У 2013 році рино бізнес-аналітики зріс на 8%. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://ko.com.ua/gartner_v_2013_g_rynok_po_biznes-analitiki_vyros_na_8_105023.
8. Данько Т.П. Количественные методы анализа маркетинга: монография / Т.П. Данько, И.И. Скоробогатых. — СПб.: Питер, 2005. — 384 с.
9. Карпіщенко О.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. [Електронний ресурс] / О.О. Карпіщенко, Ю.Е. Логінова // Електронний архів Сумського державного університету. — Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua>.
10. Каждый 5-ый человек в мире владеет смартфоном, каждый 17-ый — планшетом [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vido.com.ua/article/7085/kazhdyi-5-chieloviek-v-mirie-vladieiet-smartfonom-kazhdyi-17-planshietom>.
11. Спеціалізоване агентство контент-маркетингу Content Marketing. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://contentmarketing.com.ua/tsifroviy-marketing-10-golovnih-problem>.
12. Тренды digital-маркетинга 2014 года. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/trendy-digital-marketing.html>.
13. Вертайм К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / К. Вертайм, Я. Фенвик. — М.: Альбина-Паблицер, 2010. — 384 с.
14. Фалгони Ж. 10 главных проблем цифрового маркетинга. [Електронний ресурс] / Жоан Фалгони. — Режим доступу: <http://therunet.com/articles/923-desyat-glavnyh-problem-tsifrovogo-marketinga>

Полторак К.А.
Зозульов О.В.,

канд. економ. наук, доцент
Національний технічний університет України «КПІ»,

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ: ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТА НОВІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ: ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА И НОВЫЕ ПОДХОДЫ К МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

CURRENT STATE MARKET INTERNET TECHNOLOGIES: DETERMINANTS OF MARKET DEVELOPMENT AND NEW APPROACHES TO MARKETING ACTIVITY

В статті наведені та проаналізовані основні детермінанти розвитку ринку Інтернет-торгівлі. Виявлено фактори розвитку ринку, до яких відносяться збільшення кількості користувачів Інтернетом, зростання рівня покупок через онлайн-магазини та популяризація мобільних пристроїв для здійснення покупок. Розглянуто роль соціальних мереж у процесі здійснення покупок в Інтернеті. Виявлено, що учасники соціальних мереж, не лише спілкуються в даному середовищі, а й формують новий інформаційний простір всередині співтовариств, що впливає на купівельну поведінку споживачів. Показано, що соціальні мережі перетворилися з каналу комунікації в канал продажу товарів. Також, проаналізовано розвиток мережевої інфраструктури, до якої відносяться платіжні системи та сайти-агрегатори, та їх роль у процесі покупки онлайн. Досліджено явище омніканальності продажу, що сформувалося у сучасному мережевому середовищі. На основі проаналізованих детермінант, запропоновано власний підхід до маркетингової діяльності, а саме краудмаркетинг. Розроблено, двоконтурну модель комунікаційного впливу в мережі, що є базою для реалізації концепції краудмаркетингу.

Ключові слова: Інтернет-торгівля, соціальні мережі, детермінанти, краудмаркетинг, двоконтурна модель.

В статье представлены и проанализированы основные детерминанты развития рынка Интернет-торговли. Выявлены факторы развития рынка, к которым относятся увеличение количества пользователей Интернетом, рост уровня покупок через онлайн-магазины и популяризация мобильных устройств для совершения покупок. Рассмотрена роль социальных сетей в процессе совершения покупок в Интернете. Выявлено, что участники социальных сетей, не только общаются в данной среде, но и формируют новое информационное пространство внутри сообществ, которое влияет на покупательское поведение потребителей. Показано, что социальные сети превратились из канала коммуникации в канал продаж товаров. Также, проанализировано развитие сетевой инфраструктуры, к которой относятся платежные системы и сайты-агрегаторы, и их роль в процессе покупки онлайн. Исследовано явление омниканальности продаж, которое сформировалось в современной сетевой среде. На основе проанализированных детерминант, предложено собственный подход к маркетинговой деятельности, а именно краудмаркетинг. Разработано, двухконтурную модель коммуникационного влияния в сети, которая является базой для реализации концепции краудмаркетинга.

Ключевые слова: Интернет-торговля, социальные сети, детерминанты, краудмаркетинг, двухконтурная модель.

In the article there were presented and analysed the main determinants of the development of Internet commerce. The factors of the market were discovered, which include increasing the number of Internet users, increase in purchases by online shops and popularization of mobile devices to make purchases. It was considered the role of social networks in the process of online shopping. Found that social networks not only communicate in this environment, but also form new information space within communities, influencing purchasing behavior of consumers. It is shown that social networks have become from a channel of communication in the sales products channel. Also, it was analysed the development of network infrastructure, which includes payment systems and site-aggregators and their role in the process of online purchase.

Phenomenon of sales omnichannels that formed in the modern network environment was researched. Based on the analysed determinants own approach to marketing activities, namely crowd marketing was proposed. It was created dual-circuit model of the network communication influence, which is the basis for the concept of crowd marketing.

Keywords: *Internet commerce, social networking, determinants, crowdmarketing, dual-circuit model.*

Вступ. В умовах розвитку інформаційних технологій та побудови інформаційного суспільства, взаємодія користувачів Інтернет мережі, стає не лише засобом комунікації, а новою сферою життєдіяльності. Цьому також сприяє розвиток інфраструктури всесвітньої павутини, поява нових інструментів та методів комерційної діяльності в мережі. Крім того, даний етап розвитку всесвітньої павутини характеризується значним поширенням процесів соціалізації перебування в мережі. Користувачі активно та всебічно взаємодіють між собою, та створюють якісно новий віртуальний простір для комерційної діяльності. Збільшення присутності користувачів в Інтернеті відкриває все більше можливостей для суб'єктів маркетингової діяльності, з точки зору інструментів та підходів управління. Мережа Інтернет формує новітні реалії ведення бізнесу. Основним завданням успішної діяльності підприємств в мережі є постійний моніторинг глобального середовища, знання тенденцій, що формуються в Інтернеті та пошук нових можливостей діяльності компанії. Необхідно враховувати динамічний характер розвитку всесвітньої павутини та інформаційних технологій, що постійно оновлюються, і швидко втрачають свою актуальність, та безперервно досліджувати нові тенденції та фактори, що з'являються на ринку.

Відповідно до цього, нові детермінанти розвитку ринку вимагають нових підходів та методів для реалізації можливостей, що відкриває всесвітня мережа. В даній ситуації, підприємствам необхідно переглянути існуючі підходи до маркетингової діяльності, та долучитися до нових методів та концепцій управління маркетинговою діяльністю на основі Інтернет-технологій.

Чимало вітчизняних та зарубіжних авторів, таких як І.В. Бойчук, О.Е. Голубкова, Дж. Лейхіф, Т.В. Дейнекін, В.В. Дергачова, В.М. Заплатинський, С.М. Ілляшенко, М. Кастельс, І.Л. Литовченко, Г.Д. Ковальов, М. І. Орешникова, досліджували питання маркетингу на засадах Інтернет-технологій. Проте, дані автори не розглядали інтерактивний розглядають Інтернет павутину лише як один з каналів комунікації зі споживачем, при цьому використовують традиційні підходи до управління, що ґрунтуються на лінійності та циклічності процесів, не враховуючи якісно-новий інтерактивний характер взаємодії учасників в мережі. Саме це обумовлює необхідність розробки нових підходів та концепції маркетингової діяльності підприємств в мережі Інтернет.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз ключових детермінант розвитку ринку Інтернет-торгівлі, що формують нові вимоги до маркетингової діяльності компанії в Інтернет, та на основі даного аналізу, розробка сучасних методів управління маркетингом в мережі.

Методологія. Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження стали загальнонауковий метод теоретичного узагальнення, методи аналізу та синтезу, статистичні методи та методи порівняльного аналізу, маркетингових досліджень, системний підхід і теорія управління.

Результати дослідження. Безумовно, основним фактором, що сприяє динамічному розвитку ринку Інтернет-комерції, та Інтернет-маркетингу є збільшення з кожним роком обсягу підключення українських споживачів до всесвітньої павутини. Так, станом на кінець 2014 року за даними компанії ГФК, регулярними користувачами Інтернет мережі є 19,3 млн. Українців, що складає 49% населення. Збільшення користувачів мережі, призводить з одного боку до активізації їхньої діяльності, з іншого боку відкриває можливості, в якості збільшення потенціалу, для підприємств, що працюють в мережі⁷

Розглянемо, детермінанти, що впливають на розвиток ринку Інтернет-торгівлі загалом (рис.1.)



Рис. 1. Детермінанти розвитку ринку Інтернет-маркетингу (узагальнено авторами)

Одною з головних, детермінант розвитку загального ринку Інтернет-торгівлі є безпосереднє збільшення продажів через Інтернет-магазини. Даний фактор обумовлений тим, що споживачі все більше долучаються до всесвітньої мережі, та віддають перевагу замовленню товарів онлайн. Це дозволяє економити час на пошук товару та доставці, а також можна знайти вигідну цінову пропозицію товару. В цілому, Інтернет-торгівля в Україні є одною з найбільш швидкозростаючих галузей економіки, приріст ринку у 2013 році склав 49% за даними ГФК України [1].

Також, спостерігається зростання продажів товарів через мобільні пристрої, такі як планшет чи смартфон. Мобільні пристрої перетворилися з розважальних девайсів в інструменти вирішення повсякденних завдань, в тому числі і пошук інформації та придбання товарів в мережі [2].

Значну роль у розвитку Інтернет-торгівлі починають відігравати соціальні мережі. Так під впливом їх розвитку, користувачі соціальних мереж взаємодіють між собою не лише переслідуючи приватні інтереси, а й спілкуються на соціально-економічні теми, включаючи і придбання товарів та тонкощі, що з ними пов'язані.

Більше половини користувачів українського простору Інтернет, а саме 63% вважають соціальні мережі основною причиною підключення до Інтернет мережі. Тобто, має місце тенденція до популяризації соціальної взаємодії користувачів в Інтернеті за допомогою соціальних мереж. При чому електронна пошта як канал зв'язку поступово втрачає свої позиції, що можна пояснити тим, що соціальні мережі облаштовані для обміну повідомленнями, в більш зручний та швидший спосіб. А також багато формальної комунікації переходить в формат неформальної за допомогою соціальних мереж.

Разом з тим, збільшується не тільки число користувачів соціальних мереж, а й частота їх використання вже існуючих користувачів (рис.2.)



Рис.2. Частота використання соціальних мереж в Україні [3]

З наведених даних видно, що майже третина користувачів заходить в свій акаунт в соціальних мережах від 2 до 4 разів на день, а приблизно кожний п'ятий користувач відвідує їх більше 10 разів на день.

В соціальних мережах утворюються співтовариства, в яких взаємодіють споживачі, комунікаційна складова яких має вплив на споживання товарів. Широко обговорюються товари та їх виробники, доцільність придбання та якість обслуговування різних постачальників. Багато із споживачів здійснює покупки під впливом рекомендацій чи відгуків про даний товар. Це визначає необхідність роботи виробників та постачальників з соціальними мережами, поширюючи необхідну комунікацію серед мереж.

Збільшується не лише присутність потенційних споживачів в соціальних мережах, а й активність брендів, оскільки соціальні мережі є новим плацдармом для маркетингової діяльності та подальших продажів товарів.

За даними щорічного звіту Facebook 2015 Industry Report, який ґрунтується на даних про 100 найбільших компаній за версією Interbrand компанії Simply Measured, загальна залученість провідних світових брендів у Facebook за останній рік зросла на 43,5%, незважаючи на те, що бренди робили на 5% менше публікації в останні три місяці в порівнянні з аналогічним періодом 2014 року.

Залученість споживачів до однієї публікації бренду зросла приблизно на 53% за рік, незважаючи платну чи безоплатну основу публікації. Дослідження 11 522 публікації 96 компаній з рейтингу Interbrand 100 показало, що посилання і фотографії формують найбільшу залученість споживачів, проте відео контент також відіграє значну роль.

У порівнянні з четвертим кварталом 2014 залученість відео контенту в Facebook збільшилася на 8%, при цьому кількість поширень брендівих відео збільшилася на 43%. Найбільш поширене брендіване відео на сьогоднішній день отримало понад 17 млн переглядів, майже 600 тисяч лайків і 26 000 поширень [4].

Ще один фактор розвитку ринку – трансформація соціальних мереж з каналу комунікації в канал продажу. За даними аналітичної агенції GfK Україна, у 2014 році більше 39% інтернет-покупців замовляли товари та послуги через соціальні мережі. Для порівняння, в 2013 році цей показник дорівнював 12%. Тобто присутність користувачів в соціальних мережах не лише сприяє просуванню брендів, а й безпосереднім його продажам [5].

Так наприклад, на соціальній сторінці магазину "Zakaz.ua", де можна замовити продукти з супермаркетів, з'явилася кнопка "Почати покупки", перейшовши по якій споживач може відразу почати покупку товарів. Окрім того, часто соціальні мережі надають знижки на покупку товарів, за певні дії споживачів, такі як лайк сторінки, чи перепост матеріалу. Пошук та покупка товарів через соціальні мережі стає все більш поширеною.

Поява та розвиток сайтів агрегаторів призвів до збільшення попиту на покупки в Інтернеті. Даний сайт являє собою загальний каталог цін та товарів, в якому представлені різноманітні пропозиції всіх зареєстрованих на сайті Інтернет-магазинів. Це дає можливість споживачу швидко та зручно перевірити наявність товарів у кожному з постачальників, їх цінові пропозиції та умови сервісного обслуговування. Тобто, суттєво полегшує вибір товару та процес покупки. Крім того, на таких сайтах розмішуються відгуки клієнтів про сам товар та постачальника. Формується рейтинг різних постачальників залежності від ціни, умов покупки та якості обслуговування. Інтернет-магазинам, даний сайт-агрегатор розширює цільову аудиторію та полегшує просування [6].

Приклади таких сайтів на українському ринку - Hotline.ua, Price.ua, market.yandex.ua, E-katalog.com.ua. Можливість купувати товари онлайн призвела до необхідності розробки зручних та швидких методів та інструментів оплати товарів в мережі. Так почали розвиватися платіжні системи, завдяки яким можна оплатити товар не прив'язуючись до графіку роботи банку, курсу валют та інших умов фінансових розрахунків. Однією з перших платіжних систем на просторах СНД була так звана система Webmoney, також досить поширеною стала система Yandex.Деньги та iMoney, в європейських країнах досить популярна система Moneybookers.com. Проте всесвітньої відомості набула платіжна система PayPal, створена у 1998 році в Америці. Це найбільш відома система прийому та відправки платежів у світі, вона набула поширення серед більшості Інтернет магазинів Америки та Європи, а також серед користувачів Інтернет-аукціону eBay Inc. [7].

Розвиток та удосконалення платіжних інструментів полегшує та прискорює транзакції в мережі Інтернет, що робить покупки в мережі все більш популярними.

Оmnіканальність продажів, що означає інтеграцію всіх каналів продажу є майбутньою тенденцією в сфері торгівлі. Omніканальність передбачає можливість придбати товар у будь-якій зручній для споживача точці продажу, чи то традиційний магазин, чи Інтернет-магазин того ж бренду чи через соціальні мережі, при чому всі зазначені точки взаємодіють між собою. Досі пут до інформації, асортименту товару та послуг бренду доступна для клієнта незалежно від місця знаходження чи

каналів продажу. Таким чином, процес покупки стає більш швидким та зручним, а образ постачальника формується як єдине ціле всіх каналів продажу [8].

Фахівці відмічають, що омніканальний споживач очікує, що товар буде доступний йому безперервно і бажає, щоб не було різниці яким шляхом він прийде до потрібного бренду. За даними Массачусетського технологічного інституту 80% відвідувачів оффлайн магазинів переглядають ціни на товари онлайн, при цьому третина робить це за допомогою мобільних пристроїв, перебуваючи всередині магазину. Ці цифри підтверджують, що споживач підходить до процесу покупки з різних сторін [9].

Джон Томич, виконавчий директор OneStop, зазначає, що омніканальна стратегія необхідна для успіху бренду. Взаємодія споживача з цифровим повідомленням бренду впливає на 36 центів кожного долару, витраченого в точках продажів. Якщо бренд не надасть безперервний споживчий ланцюг на всіх каналах, прибуток компанії може впасти [10].

Отже, розглянуті детермінанти розвитку ринку Інтернет-торгівлі вимагають змін до існуючих підходів управління маркетинговою діяльністю в мережі Інтернет. Однією з таких сучасних концепцій, що враховує нелінійний та динамічний характер процесів в мережі – є краудмаркетинг. В основі краудмаркетингу лежить принцип взаємодії, засобами Інтернет-технологій, споживачів, а саме груп споживачів, що утворюють так звані мережеві співтовариства, з компанією, брендом чи товаром.

Так, за даними дослідження компанії Buzzstream та Інтернет-агенції Fractl, споживачі більш лояльно ставляться та частіше купують товари брендів, що поширюють в мережах клієнтоорієнтований контент [11].

Наведемо визначення терміну краудмаркетинг – це процес маркетингового управління на основі закономірностей функціонування мережевих співтовариств, що спрямоване на залучення ефекту від взаємодії учасників співтовариств для досягнення маркетингових цілей компанії з використанням принципу оптимального управління [12].

Принципова новизна даного підходу полягає в тому, щоб за допомогою законів соціальної психології направляти натовп, який постійно взаємодіє між собою та створює власне інформаційне середовище, що також впливає на його поведінку [13]. Майже 40% користувачів отримують відгуки від знайомих про товари та бренди за допомогою соціальних мереж. А чверть користувачів взаємодіють в соціальних мережах з брендами, а саме зі сторінками брендів. Майже третина користувачів цікавиться новинами бренду, та близько п'ятої частини користувачів беруть приклад з друзів, які вже підписалися на аккаунти брендів. Це говорить про те, що соціальне життя в мережевій площині Інтернету, суттєво впливає на поведінку споживачів, зокрема, формує імідж бренду, відношення потенційних та лояльних споживачів до нього.

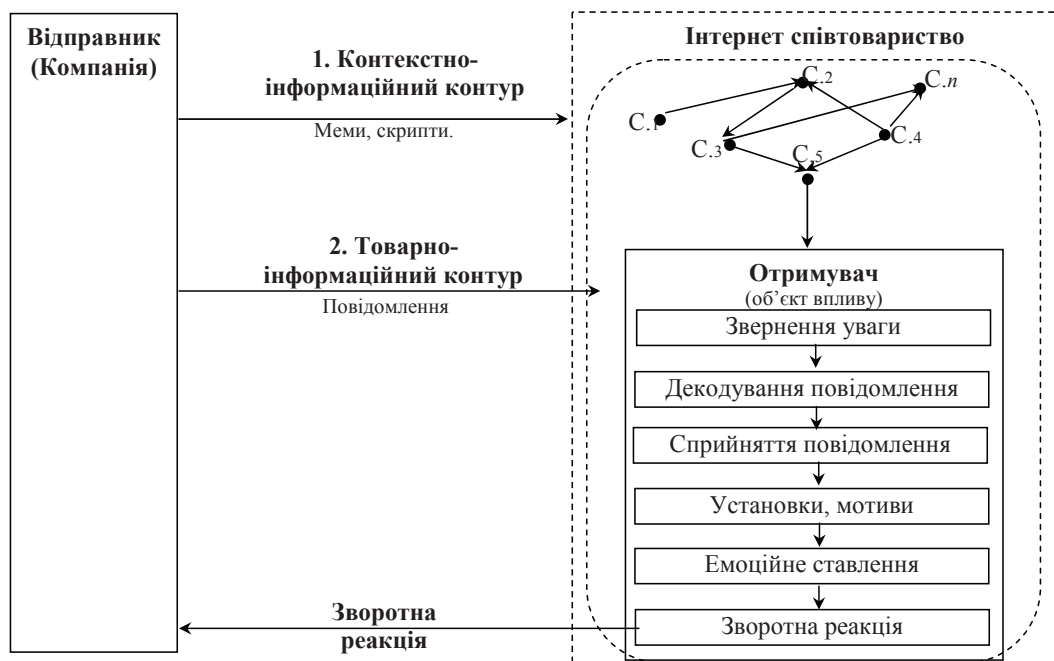


Рис. 3. Двоконтурна модель комунікаційного впливу (авторська розробка)

Роль соціальних мереж, та співтовариств, у споживчій поведінці користувачів стає все більш значущою. На основі цих даних було розроблено двоконтурну модель комунікаційного впливу, що лежить в основі концепції краудмаркетингу (рис.3.).

Перший контур управління в даній моделі передбачає комунікаційний вплив на середовище Інтернет, з метою формування бажаного контексту для поширення подальшої маркетингової комунікації.

Дана комунікація не несе в собі комерційні цілі в чистому вигляді, такі як підвищення продажів товару бренду. Вона направлена на формування та підкріплення бажаного ставлення користувачів до питань пов'язаних з подальшим задоволенням потреб споживачів.

За даними дослідження агенції Ingate Digital Agency, 49% користувачів соціальних мереж вважають, що комунікація з брендом в соціальних медіа призведе до покупки товарів цього бренду в майбутньому. При цьому 64% споживачів відмітили, що після покупки продукту, їм було б цікаво знати, що відбувається в компанії-виробника, вони були б раді бути у постійному контакті з брендом. Також, 74% споживачів дізнаються новини про бренд на його сторінці в соціальній мережі Facebook. Відомо, що в 1,5 раза більше витрат на покупки в мережі припадає на користувачів Facebook та Twitter, а ніж на інших користувачів.

За даними дослідницької агенції Ipsos, 20% користувачів Facebook здійснювали покупку продукту під впливом побаченої реклами на Facebook або коментарів користувачів [14].

А також, 38% людей рекомендують бренд, послідовниками якого, вони є в соціальних мережах [15].

Відповідно до створеного контекстно-інформаційного середовища, біло розроблено матрицю стратегій управління відносин зі споживачами, орієнтуючись на яку, підприємство може ефективно скорегувати власну стратегію управління (рис. 4.)

Контекстне середовище

		Сприятливе	Несприятливе
Ступінь готовності споживача до покупки	Висока	Готові ліді (Стратегія розвитку відносин - продаж)	Ліді конкурентів (Стратегія повернення – удосконалення контексту)
	Низька	Потенційні споживачі (Стратегія розвитку споживача – актуалізація потреби)	Проблемні споживачі (Стратегія потенційного розвитку)

Рис.4. Матриця стратегій управління відносин зі споживачем в мережі Інтернет (авторська розробка)

В запропонованій матриці “готові ліді” – є найбільш перспективні споживачі, які є готові до покупки, що потребують безпосередньої націленої комунікації, що направлена на продаж товару. “Ліді конкурентів” – це такі потенційні споживачі, до яких необхідно донести комунікацією перевагу товару по відношенню до конкурента, або недолік конкурентів. “Потенційні споживачі” – перебувають у сприятливому інформаційному середовищі, але для них товар є латентної потребою, тому доцільно застосовувати комунікацію направлену на актуалізацію потреби. Останній квадрант матриці – “проблемні споживачі”, вони потребують роботи як над інформаційним середовищем у якому перебувають, так і над актуалізацією потреби в товарі.

Другий контур моделі управління комунікацією, вже безпосередньо направлений на цільового споживача, та передбачає донесення до суб'єкта впливу маркетингової інформації щодо товару чи виробника, відповідно того, в якому квадранті матриці перебуває споживач. Дана комунікація спрямована на досягнення маркетингових цілей процесу взаємодії з потенційним споживачем.

Відповідно до описаної моделі було розроблено матрицю управління комунікаційною політикою підприємства в мережі Інтернет (рис.5).

Тобто, розглядаючи процес комунікаційного впливу в мережі Інтернет, компанія, що виступає суб'єктом впливу, не може не враховувати вплив віртуальних співтовариств соціальних мереж, учасником якого є потенційний споживач. Для підвищення ефективності процесу комунікації в мережі запропоновано використовувати двоконтурну модель комунікаційного впливу, що дозволяє перетворити «шум», який утворюється в мережі, на бажаний контекст, що матиме більш ефективний вплив на споживчу поведінку користувачів.

		Контекстно-інформаційний контур	
		Відповідний	Невідповідний
Товарно-інформаційний контур	Відповідний	Підтримувати існуючу комунікацію	Змінювати контекстний контур впливу
	Невідповідний	Змінювати товарно-інформаційний контур впливу	Змінювати обидва контури комунікаційного впливу

Рис. 5. Матриця управління комунікаційною політикою підприємства (авторська розробка)

Висновки. Отже, в даній статті було розглянуто основні детермінанти розвитку ринку Інтернет-торгівлі, що впливають на подальший характер ведення маркетингової діяльності, та які необхідно враховувати для ефективного функціонування в мережі Інтернет. Дані тенденції є актуальними в умовах сьогодення, проте підприємствам необхідно пильно відслідковувати процеси, що відбуваються на ринку, оскільки мінливість середовища, та стрімкий розвиток і поява нових технологій, можуть змінювати ситуацію на ринку досить радикально. Відповідно методи та інструменти для успішної роботи у всесвітній павутині також потребують удосконалення.

У статті було запропоновано, новітній інструментарій маркетингової діяльності – краудмаркетинг. Дана концепція дозволяє найбільш ефективно використовувати можливості соціальних мереж, та інших співтовариств, що утворюються в глобальній мережі для просування та реалізації товарів та брендів. Дана концепція базується на принципі оптимального управління та покликана реалізувати потенціал підприємства в мережі Інтернет.

Література:

1. Украинцы стали активнее покупать в интернет-магазинах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zn.ua/TECHNOLOGIES/ukraincy-stali-aktivnee-delat-pokupki-v-internet-magazinah-136689_.html
2. Доля заказов со смартфонов на ЗаказЮА возросла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://retail-community.com.ua/news/management/906-v-yanvare-dolya-zakazov-so-smartfonov-na-zakazua-vozroslo-do-18>
3. Поведение потребителей в социальных сетях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slide-share.net/oliarizenko/ss-24642590>
4. 2015 Facebook Industry Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://get.simplymeasured.com/2015-05-facebook-report-em.html#i.1f514tg1730f70>
5. 8 советов как продать через социальные сети [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmr.ua/news/id/8-sovetov-kak-prodatv-cherez-socialnye-seti-44412/>
6. Что такое прайс-агрегатор? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.calend.ru/afisha/230/>
7. Знакомимся сплатежной системой Раерал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vxzone.com/payment/raupal/260-raupal.html>
8. Омниканальность – будущее ритейла [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ebukr.com/2013120319215/omnikanalnost-budushchee-ritejla>
9. За омниканальным потребителем будущее eCommerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ebukr.com/2014020723819/za-omnikanalnym-potrebitelem-budushchee-ecommerce>
10. Три совета по созданию омниканальной стратегии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmr.ua/news/id/tri-soveta-po-sozdaniyu-omnikanalnoj-strategii-44081/>
11. Потребители охотнее покупают товары брендов которые посят клиентоориентированный контент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mmr.ua/news/id/potrebiteli-ohotnee-pokupajut-tovary-brendov-kotorye-postjat-klientoorientirovannyj-kontent-44039>
12. Зозульов О.В., Полторак К.А. Застосування крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємств / О.В. Зозульов // Економічний Вісник НТУУ КПІ. – 2014. - №11 – С.422-429.
13. Зозульов О.В., Полторак К.А. Новий підхід до управління в маркетингу. / О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2013. - №5 (80) – С.48-54.
14. News & Polls by Ipsos [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ipsos-na.com/news-polls>
15. Socialogue: I Like You and Will Follow You Anywhere! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=5645>

Стадніченко В.В.

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

ОСОБЛИВОСТІ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РИНКУ РЕСТОРАНІВ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА РЫНКЕ РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

PECULIARITIES OF POSITIONING ON FAST FOOD RESTAURANTS MARKET

Стаття фокусує увагу на важливості позиціонування в ресторанному бізнесі. В статті розроблено адаптовану до ринку ресторанів швидкого обслуговування методику позиціонування. Запропонована методика складається з чотирьох етапів: інформаційного, дослідницького, аналітичного та імплементаційного. На першому етапі проводяться кабінетні дослідження, при цьому основана увага приділяється вивченню особливостей поведінки споживачів, структури конкуренції, специфіка послуги харчування. Основними завданнями другого етапу є збір даних щодо попередньо відібраних параметрів послуги та конкурентів в результаті опитування споживачів. На третьому етапі основними завданнями є побудова карт сприйняття та їх аналіз, статистична обробка отриманих даних, перетворення їх в інформацію. На останньому етапі розробляється стратегія і тактика позиціонування. В статті наведено приклад розроблення стратегії і тактики позиціонування одного з операторів ринку ресторанів швидкого обслуговування міста Києва із використанням наведеної методики.

Ключові слова: ресторанний бізнес, ресторани швидкого обслуговування, позиціонування, параметри позиціонування, карти сприйняття, стратегія позиціонування, тактика позиціонування.

Статья фокусирует внимание на важности позиционирования в ресторанном бизнесе. В статье разработана адаптированная к рынку ресторанов быстрого обслуживания методика позиционирования. Предложенная методика состоит из четырех этапов: информационного, исследовательского, аналитического и имплементационного. На первом этапе проводятся кабинетные исследования, при этом основное внимание уделяется изучению особенностей поведения потребителей, структуре конкуренции, специфике услуг питания. Основными задачами второго этапа являются: сбор данных по предварительно отобранным параметрам услуг и конкурентам в результате опроса потребителей. На третьем этапе основными задачами являются: построение карт восприятия и их анализ, статистическая обработка полученных данных, преобразование их в информацию. На последнем этапе разрабатывается стратегия и тактика позиционирования. В статье приведен пример разработки стратегии и тактики позиционирования для одного из операторов рынка ресторанов быстрого обслуживания города Киева с использованием предложенной методики.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, рестораны быстрого обслуживания, позиционирование, параметры позиционирования, карты восприятия, стратегия позиционирования, тактика позиционирования.

The article focuses on the importance of positioning in the restaurant business. Customized to fast food market restaurants method of positioning is developed in the article. The proposed method consists of four stages: information, research, analytical and the implementation. At the first stage the desk research have place with emphasis based study of the behavior of consumers, competition structure, specific of fast food services. The main objectives of the second phase is to collect data on pre-selected parameters of services and competitors as a result of consumer surveys. In the third stage the main tasks is to build maps of perception and analysis, statistical data processing, transforming them into information. At the last stage a strategy and tactics of positioning have to be developed. The article gives examplee of development strategies and tactics positioning for one of the operators of fast food restaurants in Kyiv using the reduced method.

Keywords: *restaurants, fast food restaurants, positioning, parameters of positioning, maps of perception, positioning strategy, tactics of positioning.*

Вступ. Сучасною світовою тенденцією є підвищення значення сфери послуг, як в світовій економіці, так і в економіці окремих країн і України зокрема. В свою чергу це призводить до природної активізації маркетингових зусиль в даному секторі. Треба зазначити, що сам ринок послуг має свою специфіку та складності, що вимагають додаткових досліджень та розроблення на їх основі нових ефективних інструментів маркетингового впливу.

Ресторанний бізнес є типовим представником сфери послуг, при цьому він сам по собі є достатньо динамічним і многогранним. На даному ринку достатньо швидко з'являються нові концепції та формати ресторанів. Останнім часом в Україні спостерігається зростання популярності закладів швидкого харчування, що зумовлено низкою економічних, демографічних, та соціокультурних факторів.

Взагалі в Україні ресторанний бізнес є достатньо прибутковим, тому на ринку має місце стабільне зростання конкуренції. При цьому зростає не тільки ринок послуг, але й вимоги до нього з боку відвідувачів – вони стали більш вибагливими до сервісу, дизайну, кухні, внутрішньої атмосфери. За таких умов суттєвої актуальності набувають такі маркетингові інструменти як маркетингові дослідження, сегментація та позиціонування. Проте, треба зазначити, що в більшості випадків оператори даного ринку не мають формалізованої маркетингової стратегії, і використовують реактивний підхід до маркетингових досліджень.

Проблемами ринкового позиціонування на споживчому ринку займалися такі автори як А. Райс, Дж. Траут [1, 3], Г. Дж. Холлі, Н.Ф. Персі, Дж. Сандерс [2], С. Рівкін [3], С.Х. Уокер [4] Ф. Котлер [5], Д. Аакер [6], О.В. Зозульов [7, 8], Н.Л. Пісаренко [8]. В роботах зазначених авторів висвітлені базові теоретичні положення, визначні стратегії ринкового позиціонування. Проте, такий специфічний ринок послуг як ресторанний бізнес потребує певної адаптації теоретичних положень, що і буде запропоновано в даній статті.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є розроблення адаптованої до ринку ресторанів швидкого обслуговування методики позиціонування. Апробація її на практиці одного з мережевих операторів ринку в результаті якої можливим стає розроблення стратегії та тактики позиціонування.

Методологія. Методологічною базою дослідження слугували фундаментальні положення економічної теорії, менеджменту та маркетингу. В роботі було використано такі загальнонаукові методи дослідження, як порівняння, узагальнення, аналіз та синтез. Для обробки даних маркетингового дослідження було використано статистичний пакет SPSS та табличний процесор MS Excel. Застосовано табличні та графічні економіко-статистичні методи.

Результати дослідження. На першому етапі процесу позиціонування збирається максимум необхідної інформації, що може бути отримана в рамках кабінетних досліджень. Аналізуються фактори маркетингового середовища, збирається вторинна інформація. В результаті визначаються параметри позиціонування торговельної марки та відбираються найбільш небезпечні конкуренти для подальшого аналізу карт сприйняття. Особливої уваги слід приділити специфіці ринку послуг харчування обумовленій наступними факторами:

1. особливість поведінки споживачів;
2. структура конкуренції;
3. специфіка послуги харчування.

1. Щодо особливості поведінки споживачів, то тут треба відзначити, що найбільшою популярністю користується харчування під час обіду. Меншою є кількість клієнтів, які користуються послугами ресторанів швидкого обслуговування у вечірній час. Зовсім невелика кількість споживачів відвідують закладі з ранку. При цьому треба відмітити, що суттєво відрізняється структура продажів ресторанів за асортиментними позиціями в зазначених проміжках часу. В обід більше споживається страв з основного меню, у вечорі зростають обсяги споживання алкоголю, з ранку більше споживаються гарячі напої. Зазначені диспропорції протягом доби спостерігаються в більшому або в меншому ступені в залежності від того, де розташовується ресторан. Таким чином, з точки зору роботи з клієнтами всі ресторани умовно розділяють на три категорії:

– ресторани, орієнтовані на потік (розташовуються на ринках, торговельних супермаркетах, біля станцій метро);

– ресторани, орієнтовані на стандарти в обслуговуванні (розташовуються в торговельно-розважальних центрах);

– ресторани, орієнтовані на постійного клієнта (переважно розташовуються в бізнес-центрах та неподалік від них).

В таблиці 1 наведено детальний опис існуючих сегментів ринку ресторанів швидкого обслуговування з якими працює мережа «Домашні страви».

Таблиця 1

**Опис ринкових сегментів «Домашні страви»
[розроблено автором]**

Профіль ринкового сегмента	Психологічний портрет	Специфіка комплексу маркетингу	
		Елемент	Відмінності
1. Офісні працівники	Це працівники, які працюють у тому ж самому бізнес центрі, у якому розміщений заклад, або ті, які працюють неподалік.	Product Process Price Promotion Physical evidence	Для них важливим є наявність кількох видів ланчу за доступною ціною; відсутність черги у зв'язку з обмеженою кількістю часу, що відводиться на перерву; затишна атмосфера, яка дозволить відволіктись від негайних справ у офісі; аудіо або відео супровід; наявність знижок і спеціальних пропозицій для підвищення лояльності
2. Офіси, які забезпечують харчуванням своїх працівників	Такі офіси займають незначну частку, так як не всі забезпечують харчуванням своїх клієнтів; можливе співпраця з іншими закладами	Product Price	Важливим є комплексний обід за доступною ціною; стабільне і вчасне постачання замовлень
3. Люди, які спеціально приїжджають	Займають найменшу частку, так як заклади знаходяться не в «людних» місцях і це заважає збільшенню клієнтів; на них впливають такі референтні групи як знайомі, офісні працівники, відвідувачі тренінгів	Place Promotion Product People Process	Для них є важливим наявність показників та реклами на бігбордах про інформування розміщення закладу, а також розроблена програма стимулювання клієнтів для підвищення привабливості для відвідування саме цього закладу; статті в Інтернеті
Працівники «METRO Cash & Carry»;	Працюють в одному приміщенні, де розміщений заклад, мають обмежений час на обід; надають великого значення думці інших співробітників про заклад, який відвідують	Product Price Process	Важливим є широкий вибір їжі, так як є постійними клієнтами; доступна ціна, а також швидкий процес замовлення
Клієнти «METRO Cash & Carry»;	Люди, які приїхали за великою кількістю покупок; часто стомлюються і шукають заклад, де можна відпочити і поїсти у цьому ж приміщенні	Place Product Physical evidence Promotion	Для них є важливим місце розташування, щоб зменшити час на пересування і пошук закладу; зручні місця для споживання їжі; наявність знижок та пропозицій

2. Щодо конкуренції на ринку, то треба зазначити, що тут присутні як великі мережеві оператори, так і поодиначні кафе, які пропонують в обідній час бізнес-ланчі. При цьому, важливе питання полягає у відборі найбільш небезпечних конкурентів в процесі позиціонування. Справа в тому, що великі мережеві оператори не так часто розташовуються один біля одного, таким чином рідко спостерігається пряма локальна конкуренція. В той час як дуже часто мережевому оператору доводиться конкурувати з невеличкими кафе, що знаходяться поруч. Тому з урахуванням зазначених особливостей пропонуються наступні рекомендації щодо відбору конкурентів під час позиціонування:

- врахування головних мережевих операторів;
- врахування територіального розташування схожих за масштабами діяльності мережевих операторів;

- врахування подальших планів розширення власної мережі;
- включення до переліку найбільш популярних кафе, що спричиняють локальну конкуренцію.

Таким чином, серед головних конкурентів закладів швидкого харчування мережі «Домашні страви», які буде відібрано в процесі позиціонування можна виділити:

- Пузата хата - найбільша мереж ресторанів швидкого харчування в Україні;
- Два Гуся – мережа, заклади якої знаходяться найближче;
- кафе з бізнес ланчем яке знаходиться в безпосередній близькості.

Перш ніж перейти до відбору конкретних параметрів за якими будуть побудовані карти сприйняття розглянемо основні фактори конкурентоспроможності послуги швидкого харчування. Порівняльний аналіз за факторами конкурентоспроможності наведений в таблиці 2.

1. Вартість – є обов'язковим фактором на будь-якому ринку, і щодо послуг ресторанів швидкого обслуговування пропонується починати порівняння конкурентів саме з неї.

2. Смак – є специфічним для ресторанного бізнесу параметром, адже значна кількість потенційних клієнтів обирає заклад для харчування саме за даним критерієм.

3. Ситність – також є важливим специфічним для ринку фактором, для більшості споживачів саме втамування голоду є основним мотивом відвідування закладів швидкого харчування.

4. Атмосфера закладу. Екстер'єр та інтер'єр закладів відіграє важливу роль, тому що відвідувачі завжди звертають увагу на оформлення, унікальність закладу, це є вагомим фактором, який впливає на лояльність споживачів.

5. Наявність власної торгової марки є основою формування впізнання та відомості закладу.

6. Наявність мережі закладів дає можливість відвідувати улюблений заклад у багатьох районах і регіонах, наявність мережі впливає на відвідування так як підвищує приналежність до певного закладу.

7. Місце розташування закладів - важливий фактор, який значною мірою впливає на відвідування, це: центральні райони, в радіусі метро, ТЦ, ТРЦ, БЦ.

8. Асортимент страв має бути широким і різноманітним для задоволення потреб клієнтів.

9. Доставка дає можливість замовити улюблені страви, не відвідуючи заклад.

10. Дисконтна програма - підвищує лояльність споживачів, так як гарантується певна знижка при замовленні.

11. Рівень обізнаності. Якщо про заклад мало відомо клієнтам, то він не стає популярним і відповідно зменшуються прибутки.

12. Обслуговування є важливим фактором, тому що саме стимулювання підвищує кількість клієнтів і частоту відвідування.

13. Кейтерінг надає клієнту можливість святкувати події у обраному закладі, зробивши при цьому особисте замовлення, обрати меню.

Зважаючи на попередній аналіз сильних та слабких сторін за факторами конкурентоспроможності можна обрати 7 основних параметрів: асортимент; вартість; ситність; смак; атмосфера; обслуговування; зручність розташування.

При визначенні параметрів позиціонування авторами пропонується враховувати важливість та вірогідність отримання переваги.

2. Дослідницький етап.

На другому етапі процесу позиціонування вирішуються дві задачі:

– збір даних щодо відібраних на попередньому етапі параметрів послуги та конкурентів в результаті опитування споживачів;

– статистична обробка отриманих даних, перетворення їх в інформацію.

Таким чином, для отримання інформації щодо сприйняття споживачами послуги ресторану швидкого обслуговування було проведено опитування споживачів. В рамках маркетингового дослідження споживчих мотивацій та іміджу торгової марки «Домашні страви» на ринку м. Києва для розроблення ефективного комплексу маркетингових комунікацій було включено блок пошукових питань, що стосуються позиціонування.

Генеральна сукупність – відвідувачі закладу, які працюють неподалік – офісні працівники; відвідувачі проїздом; Одиниця дослідження – люди, які відвідують заклади мережі «Домашні страви». У зв'язку з тим, що заклади знаходяться у бізнес районах, то клієнтами переважно є офісні працівники. В результаті дослідження було опитано 150 респондентів. Методом комунікації під час проведення дослідження із кінцевими споживачами є особисте інтерв'ю за допомогою спеціально розробленої анкети. Для отримання необхідної інформації було задане питання анкети з використанням бальних оцінок. Респондентам необхідно було оцінити за п'яти бальною шкалою відібрані параметри щодо

позиціонування по кожному закладу із запропонованих. У процесі обробки даних для зручності, параметри розподілили по кожному закладу окремо, отримані наступні результати (табл. 3 – 6).

Таблиця 2

**Аналіз сильних та слабких сторін фірми в порівнянні з конкурентами
[за результатами проведеного дослідження]**

№	Показники	Рейтинг атрибутів послуг основних конкурентів у порівнянні з Домашні страви						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Вартість							
2	Смак	●				●		
3	Ситність		●				●	
4	Атмосфера закладу			●				
5	Торгова марка							●
6	Наявність мережі закладів	●						●
7	Місце розташування закладів				●			
8	Асортимент страв							●
9	Доставка	●						●
10	Дисконтна програма	●						●
11	Рівень обізнаності				●			
12	Обслуговування	●						●
13	Кейтерінг							●

Пояснення до табл. 2:

Пузата Хата – - - - -

Два Гуся – ● ———

Кафе з бізнес ланчем – ●.....

Щодо відповідей споживачів відносно торговельної марки «Домашні страви», то найвищі оцінки отримали такі параметри як смак, ситність та зручність розташування – 4,5; 4,4 та 4,3 бали відповідно.

Щодо відповідей споживачів відносно торговельної марки Пузата хата, то найвищі оцінки отримали такі параметри як асортимент, ситність, смак – 4,2; 4,2 та 4,0 бали відповідно.

Щодо відповідей споживачів відносно торговельної марки Два гуся, то найвищі оцінки отримали такі параметри як, ситність та смак – 4,3; 4,1 бали відповідно.

Таблиця 3

**Сприйняття атрибутів якості послуги харчування в мережі «Домашні страви»
[за результатами проведеного дослідження]**

	1	2	3	4	5	Середнє	Мода	Всього
Асортимент	0	22	45	57	26	3,58	4	150
Вартість	0	14	21	69	46	3,59	4	150
Смак	0	8	12	44	86	4,39	5	150
Ситність	0	2	14	43	91	4,14	5	150
Атмосфера	9	15	25	58	43	3,74	4	150
Обслуговування	5	18	28	57	42	3,75	4	150
Зручність розташування	0	18	8	35	89	4,30	5	150

Таблиця 4

**Сприйняття атрибутів якості послуги харчування в мережі Пузата хата
[за результатами проведеного дослідження]**

	1	2	3	4	5	Середнє	Мода	Всього
Асортимент	0	0	21	81	48	4,18	4	150
Вартість	3	9	38	54	46	3,87	4	150
Смак	0	0	26	66	58	4,21	4	150
Ситність	0	0	41	65	44	4,02	4	150
Атмосфера	6	34	67	28	15	3,08	3	150
Обслуговування	0	33	61	43	13	3,24	3	150
Зручність розташування	0	24	76	28	22	3,32	3	150

Таблиця 5

**Сприйняття атрибутів якості послуги харчування в мережі Два Гуся
[за результатами проведеного дослідження]**

	1	2	3	4	5	Середнє	Мода	Всього
Асортимент	0	22	45	57	26	3,58	4	150
Вартість	14	58	37	16	25	2,87	2	150
Смак	0	8	12	56	74	4,31	5	150
Ситність	4	5	32	34	75	4,40	5	150
Атмосфера	9	15	25	58	43	3,74	4	150
Обслуговування	5	13	44	52	46	3,76	4	150
Зручність розташування	0	18	33	64	35	3,77	4	150

Таблиця 6

**Сприйняття атрибутів якості послуги харчування у кафе з бізнес ланчем
[за результатами проведеного дослідження]**

	1	2	3	4	5	Середнє	Мода	Всього
Асортимент	0	37	87	26	0	2,93	3	150
Вартість	6	53	67	24	0	2,73	3	150
Смак	0	4	48	69	29	3,82	4	150
Ситність	0	8	84	45	13	3,42	3	150
Атмосфера	9	28	54	39	20	3,22	3	150
Обслуговування	12	48	62	23	5	2,74	3	150
Зручність розташування	0	8	19	77	46	4,07	4	150

Щодо відповідей споживачів відносно кафе з бізнес ланчем, то найвищі оцінки отримали такі параметри як зручність розташування, ситність – 4,1; 3,8 бали відповідно.

Таблиці, які наведені вище, слугуватимуть джерелом для побудови карт сприйняття, що дозволить проаналізувати ключові параметри позиціонування на наступному етапі.

3. Аналітичний етап.

На третьому етапі процесу позиціонування згідно запропонованої методики вирішуються наступні завдання:

- побудова карт сприйняття;
- аналіз карт сприйняття.

Таким чином, наступне завдання в процесі позиціонування торговельної марки «Домашні страви» полягає у побудові карт сприйняття споживачами визначених вище атрибутів послуг конкуруючих компаній. Для побудови карт сприйняття за вертикальну вісь було взято критерій «вартість», за горизонтальну інші параметри (Рис. 1-6). Чим більша оцінка, тим краще відвідувачі сприймають послугу компанії за визначеними атрибутами.

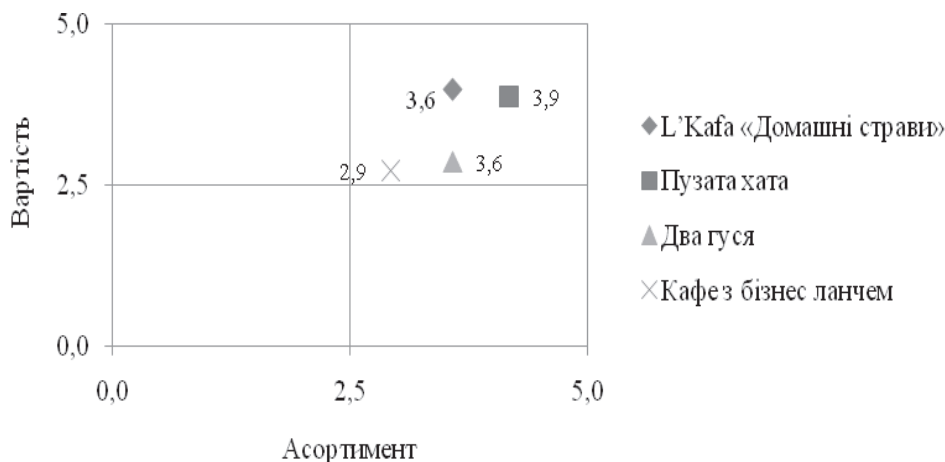


Рис. 1. Карта сприйняття «вартість і асортимент»

На рисунку 3.6 зображена залежність вартості і асортименту. На думку відвідувачів, вартість найкраща у «Домашні страви», так як середній бал склав 4,0, у «Пузата хата» – 3,9, у «Два гуся» – 2,9 і у кафе з бізнес ланчем найгірше – 2,1. Проте асортимент сприймають краще у «Пузата хата» і «Два гуся» – 3,6, і – у кафе з бізнес ланчем – 2,9.

На рис. 2 зображено залежність вартості і ситності.

Із попереднього рисунка, робимо висновок, що найбільш ситні страви у «Домашні страви» – 4,4, «Два гуся» 4,3, «Пузата хата» – 4,2, кафе з бізнес ланчем – 3,8.

За допомогою наступної карти сприйняття проаналізуємо залежність вартості і смаку (рис. 3).



Рис. 2. Карта сприйняття «вартість і ситність»

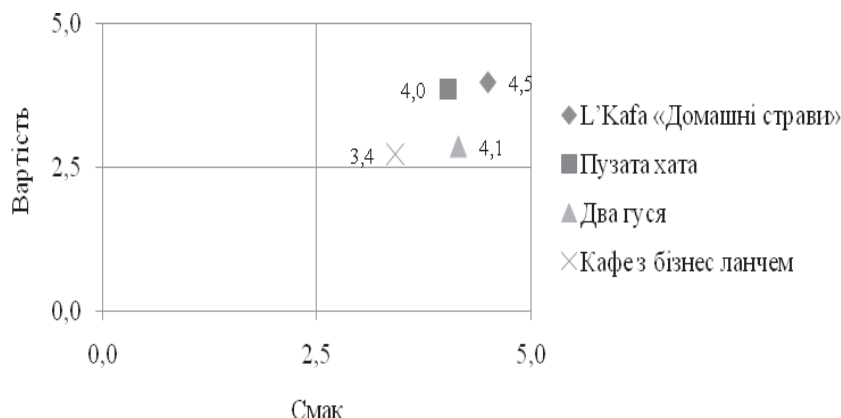


Рис. 3. Карта сприйняття «вартість і смак»

Із наведеного рисунка, робимо висновок, найкращий смак, на думку респондентів, у закладі «Домашні страви» – 4,5, у «Два гуся» – 4,1, «Пузата хата» – 4,0, кафе з бізнес ланчем – 3,4.

На наступному графіку зображено сприйняття атмосфери відвідувачами закладу (рис. 4).

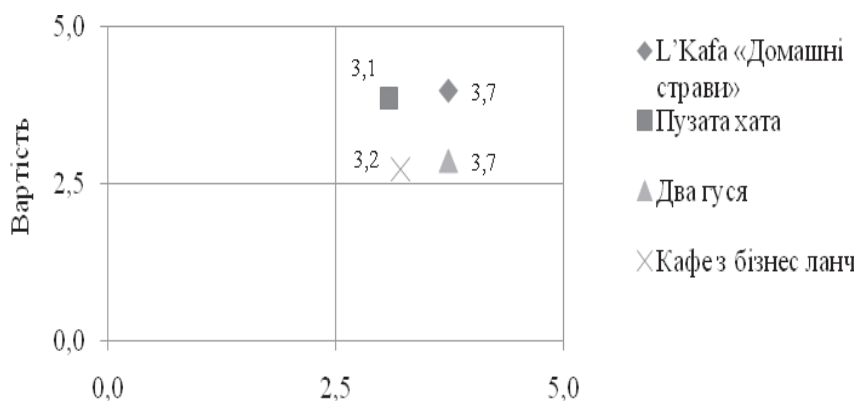


Рис. 4. Карта сприйняття «вартість і атмосфера»

З наведеної карти випливає, що атмосфера найбільше подобається відвідувачам у «Домашні страви» і «Два гуся» – 3,7, у кафе з бізнес ланчем – 3,2, у «Пузатій хаті» – 3,1.

Далі проаналізуємо рівень обслуговування у різних закладах (Рис. 5).

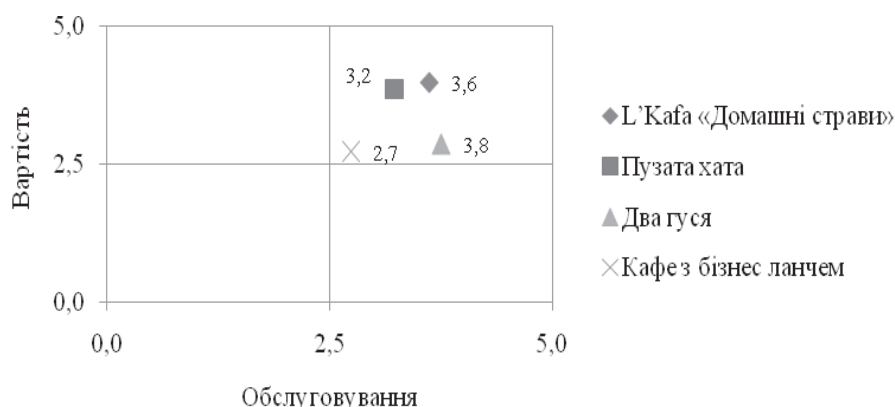


Рис. 5. Карта сприйняття «вартість і обслуговування»

Найкраще обслуговування відвідувачі оцінюють у закладі «Два гуся» – 3,8, у «Домашні страви» – 3,6, у «Пузатій хаті» – 3,2, кафе з бізнес ланчем – 2,7.

Відстань має вагомий вплив під час вибору закладу, тому на наступному рисунку проаналізуємо як респонденти оцінили розташування запропонованих закладів (рис. 6).

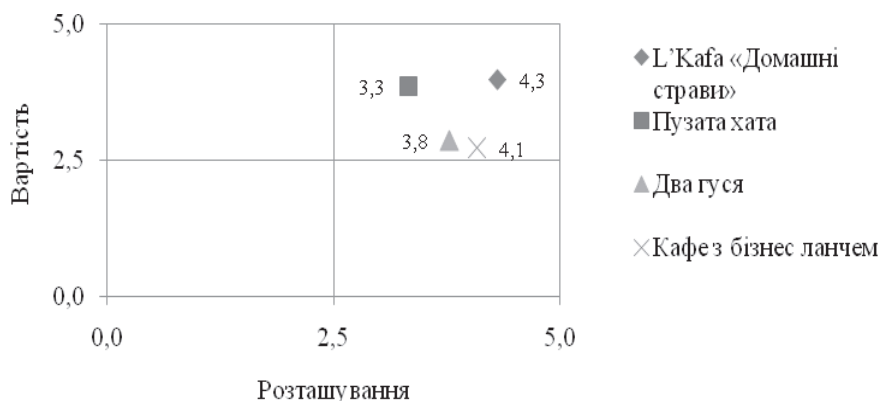


Рис. 6. Карта сприйняття «вартість і розташування»

Із наведеної карти сприйняття, робимо висновок, що найбільш вдале розташування, на думку респондентів, має заклад «Домашні страви» – 4,3, кафе з бізнес ланчем – 4,1, «Два гуся» – 3,8, у «Пузатій хаті» – 3,3.

Проаналізувавши карти сприйняття, отримані під час дослідження, найбільш вагомим критерієм для відвідувачів закладів, отримали інформацію про можливе позиціонування закладів Домашні страви. З проаналізованих даних у попередньому пункті, найбільший середній показник порівняно з конкурентами отримали наступні параметри (табл. 7)

Таблиця 7

**Обробка карт сприйняття послуг харчування
[за результатами проведеного дослідження]**

Критерії	ДС	ПХ	ДГ	Кафе	Лідер	Середнє значення	Відстань до середньо се
Ціна	3,59	3,87	2,87	2,73	Пузата хата	3,16	0,43
Асортимент	3,58	4,18	3,58	2,93	Пузата хата	3,56	0,02
Смак	4,39	4,21	4,31	3,82	Домашні страви	4,11	0,27
Ситність	4,14	4,02	4,40	3,42	Два гуся	3,95	0,19
Атмосфера	3,74	3,08	3,74	3,22	Два гуся / Домашні страви	3,35	0,39
Обслуговування	3,75	3,24	3,76	2,74	Два Гуся	3,25	0,51
Розташування	4,30	3,32	3,77	4,07	Домашні страви	3,72	0,58

Таким чином, із попередньої таблиці можна зробити висновок, що мережі закладів «Домашні страви» слід позиціонувати себе в першу чергу за тими параметрами за якими споживачі визнали торговельну марку як лідера. Для того щоб оцінити на скільки перевага є значною необхідно розрахувати середні значення за параметрами серед конкурентів після чого розрахувати відстань власної торговельної марки від середнього за кожним параметром. В результаті аналізу карт сприйняття споживачами послуги «Домашні страви» були відібрані наступні параметри які можуть бути використані при позиціонуванні: смак; розміщення.

4. Імплементацийний етап.

На останньому етапі процесу позиціонування потребують вирішення такі завдання:

- розробка стратегії позиціонування;
- розробка тактики позиціонування.

Перш за все необхідно визначитись із типом позиціонування на основі якого буде розроблено стратегію. В табл. 8 наведена класифікація стратегій позиціонування розроблена Зозульовим О.В.

Таблиця 8

Класифікація стратегій ринкового позиціонування [5]

Класифікаційні ознаки								
Рівень позиціонування	Об'єкт відносно якого проводиться диференціація	Відношення до марок конкурентів	Розташування в товарній категорії	Розташування відносно існуючих на ринку марок	Тип властивостей товару	Кількість обраних позицій	Етапність позиціонування	Відношення до існуючої ринкової позиції
Стратегії								
- макро - мезо - мікро	- торгової марки - товарної категорії	- лідер - нішер - клон	- марка визначає товарну категорію - марка визначає товарну підкатегорію - марка спеціаліст	- нова «відстроєна» марка - зверху існуючої марки	- по відчутним властивостях - по невідчутним властивостях - за конкурентним положенням	- унітарне - багатомірне	- одноетапне - багатоетапне	- позиціонування - репозиціонування

З огляду на проведений аналіз на попередніх етапах та виходячі із запропонованої класифікації стратегію позиціонування торговельної марки «Домашні страви» можна охарактеризувати наступним чином.

1. Рівень позиціонування: мікро (в описуваному прикладі ми маємо справу з позиціонуванням торговельної марки компанії).

2. Об'єкт відносно якого відбувається диференціювання: торговельна марка.

3. Відношення до марок конкурентів: клон з акцентом на додаткову вигоду.

4. Розміщення відносно існуючих на ринку марок: нова відмінна марка.

5. Тип властивостей на які спирається позиціонування: за відчутними ознаками.

6. Кількість обраних позицій: багатофакторне позиціонування (на користь використання саме такої стратегії говорить той факт, що за результатами аналізу карт сприйняття існує декілька переваг в порівнянні з конкурентами).

7. Етапність позиціонування: одноетапне позиціонування.

8. Стратегія по відношенню до існуючої ринкової позиції: репозиціонування (торговельна марка існує вже більше шести років на ринку, проте чіткого позиціонування до останнього часу не мала).

Тактика позиціонування передбачає розроблення рекламного звернення. Основою рекламного звернення є слоган, який згідно обраної стратегії та проведеного на попередніх етапах аналізу має концентрувати увагу споживачів на таких параметрах як смак та розташування. Таким чином було сформульовано наступний слоган для мережі закладів під торговельною маркою Домашні страви: «Смачно та поруч з Вами». Для підкріплення ідеї позиціонування макет рекламного звернення має відповідні візуальні образи: якісні зображення основних страв з меню та теплі кольори, що викликають апетит. Актуальним засобом для розміщення рекламного звернення є наружна реклама на бігбордах в місцях безпосередньої близькості до закладу швидкого харчування.

Висновки. Наукова новизна даної статті полягає у розвитку теоретичних засад позиціонування, визначено особливості позиціонування ресторанів швидкого обслуговування. Наведено адаптовану до ринку методику позиціонування, яка передбачає чотири етапи: інформаційний, дослідницький, аналітичний та імплементаційний. Практичне значення полягає в апробації методики на прикладі торговельної марки «Домашні страви», для якої в результаті було розроблено стратегію та тактику

позиціонування. В статті запропоновано приклад маркетингового дослідження за допомогою якого можливим стає отримання релевантної інформації для розробки стратегії позиціонування.

Література:

1. Райс Э. Позиционирование: битва за узнаваемость / Э. Райс, Дж. Траут [Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Капшуревского]. — СПб: Питер, 2001.
2. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / Г. Хулей, Дж. Сондерс, Н. Пирси [Пер. С англ.] — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005.
3. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. — К. : «Хімджест», 2008. — 720 с.
4. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер [Пер. С англ.] — М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. — 340 с.
5. Зозулёв А.В. Стратегии рыночного позиционирования товара на потребительском рынке / А. В. Зозулёв // Отдел маркетинга – 2006. – №11, с 48-53.
6. Зозулев А.В. Рыночное позиционирование: с чего начинается создание успешных брендов / А.В. Зозулев, Н.Л. Писаренко — К.: Знание-Пресс, 2004.
7. Зозульов А.В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: учеб. пособие / А.В. Зозулев, С.А. Солнцев. — К.: Знання, 2008. — 643 с.

УДК 332.1:005.21:339.138

Телетов О.С.

*доктор економ. наук, професор,
Сумський державний університет*

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

THE MARKETING STRATEGY OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE'S REGIONS

У статті розглянуто напрями реалізації проектів стратегічного економічного розвитку регіонів України в умовах самоврядування з урахуванням необхідності підвищення ролі реального сектора економіки.

За допомогою маркетингових підходів визначено основні напрями соціально-економічної діяльності в регіонах України, із застосуванням маркетингових досліджень здійснено аналіз поточної ситуації та порівняння відповідних показників між собою, виокремлено чинники, які мають вплив на пріоритетний подальший розвиток регіонів, сформульовано пропозиції використання інструментів комплексу маркетингу для досягнення поставлених цілей. Поставлено питання необхідності наукового та кадрового забезпечення основних галузей регіону.

Запропоновано перспективні шляхи самостійного соціально-економічного розвитку областей, зокрема за допомогою стратегічного партнерства, створення кластерів, вдосконалення роботи технологічних парків та дослідницьких центрів.

Ключові слова: регіональна економіка, управління регіоном, стратегічне партнерство, кластер, маркетинг регіону, маркетинг партнерських стосунків.

В статье рассмотрены направления реализации проектов стратегического экономического развития регионов Украины в условиях самоуправления с учётом необходимости повышения роли реального сектора экономики.

С помощью маркетинговых подходов определены основные направления социально-экономической деятельности в регионах Украины, с использованием маркетинговых исследований осуществлён анализ текущей ситуации и сравнение соответствующих показателей между собой, выделены факторы, имеющие влияние на приоритетное дальнейшее развитие регионов, сформулированы предложения использования инструментов комплекса маркетинга для достижения поставленных целей. Поставлен вопрос необходимости научного и кадрового обеспечения основных отраслей региона.

Предложены перспективные пути самостоятельного социально-экономического развития областей, в частности с помощью стратегического партнёрства, создания кластеров, совершенствования работы технологических парков и исследовательских центров.

Ключевые слова: региональная экономика, управление регионом, стратегическое партнёрство, кластер, маркетинг региона, маркетинг партнёрских отношений.

In article the directions of the strategic economic development projects realization of Ukraine's regions of conditions in view of increase necessity role of real economics sector.

With the marketing's help approaches the basic socio-economic activity directions in Ukraine's regions are determined, with marketing researches use the analysis of the current situation and comparison of the appropriate parameters among themselves is carried out, the factors having influence on a priority distant neck development of regions are allocated the offers of the marketing's complex tools use for achievement of object in views are formulated. The question of scientific and personnel maintenance necessity of the region's basic branches is put.

The perspective ways independent socio-economic of areas development, in particular with the help of strategic partnership, creation cluster, perfection of technological parks work and research centres are offered.

Keywords: regional economy, management by region, strategic partnership, cluster, marketing of region, partnership marketing relations.

Вступ. Сьогоднішній економічний стан України надважкий. Наша держава має необхідність реагувати не тільки на економічні, а й на політичні та соціальні виклики, поставлені перед нею останніми подіями зовнішнього та внутрішнього середовища. Останні двадцять років у країні руйнувався реальний сектор економіки на догоду розвитку невиробничої сфери (послуги, фінанси, реклама тощо). В умовах глобалізації прорив на світові ринки можуть забезпечити не окремі проекти чи галузь, а лише міжгалузеві комплекси, основою яких є виробництво промислових товарів з технологічними інноваціями, що застосовуються як безпосередньо в промисловості, так і в сільському господарстві. В Україні перспектива впливу на економічні взаємовідносини проявляється в необхідності створення замкнених систем довготривалих зв'язків з постачальниками сировини, виробниками, посередниками та споживачами, що одержали назву кластеризації економіки з включенням у процес регіональних науково-дослідницьких центрів, вдосконалення або відновлення роботи технопарків тощо. Останнім часом у цих напрямках проведено наукові узагальнення за участю Я. Гордона [1], О. Амоші, З. Варналія [2], В. Геєца, В. Герасимчука, Б. Данілішина, Н. Куденко, А. Мазура [3], С. Шкарлета та деяких інших.

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування напрямів перспектив стратегічного розвитку регіонів в умовах підвищення ролі та прав місцевого самоврядування областей України.

Методологія. У роботі застосовано загальнотеоретичні методи (системного підходу, аналізу поточної ситуації, порівняння економічних показників між собою, узагальнення фундаментальних та прикладних показників поточної ситуації регіону) та методи маркетингових досліджень, за допомогою яких визначено основні сфери діяльності, виокремлено чинники, які мають вплив на подальший розвиток пріоритетних напрямів, та сформульовано пропозиції інструментів, за допомогою яких можна досягти поставлених перед громадою регіонів цілей.

Результати дослідження. На сьогодні у більшості регіонів України гіпертрофовано паразитичний сектор послуг на збиток реальному виробничому сектору економіки та на користь економічно розвинутих країн, які й формують лівову частку сукупного світового попиту, табл.1. Розмір реального сектора США вчетверо менше сектора сфери послуг, а реального сектора ЄС — втричі. В Україні ж сфера послуг перевищує розмір реального сектора ВВП на 40%, хоч на сьогодні це мало що змінює у кращий бік. Тим більше в українській ситуації, якщо справа піде за спільним з ЄС сценарієм, зберегти реальний сектор на сьогоднішньому рівні через значну втрату російського ринку та ринків деяких інших країн буде неможливо.

ВВП України за умов вступу до Євросоюзу

Найменування економічних показників	Загальний ВВП, млрд. дол.	Ефемерний ВВП (послуги), млрд. дол.	ВВП в реальному секторі економіки (промисловість, сільське господарство), млрд. дол.	Державний борг, млрд. дол.
Структура ВВП України, 2012 р.*	176	103	74	64
Структура ВВП ЄС, 2012 р.	16360	12008	4335	15500
Структура ВВП США, 2012 р.	15680	12497	3183	17084
Гіпотетичний ВВП України після проходження структурної кризи за умов вступу в Євросоюз (2018 р)**	99	40	54	39

* – розрахунок зроблено за перший після світової економічної (2008-2011 рр.) кризи рік, який одночасно був і останнім докризовим в Україні роком;

** – коли здійснювався розрахунок, ще не було інформації з адміністрації Президента України, що вступ до Євросоюзу планується вже на 2020 рік.

На сьогодні однією з основних проблем регіонів є монотонне зменшення робочих місць на крупних і середніх підприємствах та неможливість їх поповнення за рахунок невеликого збільшення працівників на дрібних підприємствах та у сфері обслуговування. Як наслідок, чисельність зайнятого населення у таких визначальних для України галузях економіки, як промисловість та будівництво, значно зменшилась протягом останніх років, табл. 2 [4]. Тут особливо турбує зайнятість населення у промисловості, яка на 2010 рік практично співпадає з кількістю необхідних у майбутньому фахівців цієї сфери діяльності (відповідно 49% та 48% до рівня 1990 року). Найближчим часом зайнятість у цих сферах значним чином не зміниться, оскільки навчальні заклади I-II рівнів сьогодні випускають ще менше фахівців технічних спеціальностей (91,2 тис. чол. у 2014 році) [5], які є основою будь-якого промислового виробництва, адже, як правило, саме з них формуються кваліфіковані робітники та керівники нижньої ланки – “майстри цехів” та “майстри дільниць”.

На першому етапі необхідне розроблення проектів, що включають постійне вдосконалення (створення, коректування та ін.) комплексів маркетингу на основі проведення відповідних маркетингових досліджень. Це допоможе, по-перше, використати економічні кластери – складні форми коопераційної взаємодії на регіональному рівні, які дають можливість розробити обґрунтовані стратегії формування відповідних науково-виробничих, науково-сільськогосподарських, оздоровчих та спортивних об'єднань й відповідно до цього стимулювати подальший розвиток нового типу ринкових стосунків; по-друге, створити реальні, а не ілюзорні регіональні науково-промислові комплекси (технопарки) із залученням ВНЗ та інших наукових і проектних установ області [6], що, окрім основних функцій, має зменшити відтік молодих фахівців після закінчення навчання за межі регіону; по-третє, застосувати концепцію маркетингу *партнерських стосунків – 5-го «Р»* комплексу маркетингу як на рівні районів і міжрайонних об'єднань, що стосується більшості сфер економічної діяльності окремої області, так і суміжних районів кількох областей.

Можна виділити кілька основних напрямів реалізації проектів. У промисловості це: 1) створення групи фахівців під технічним керівництвом обласного управління економіки із реальним залученням науковців, бізнесменів та ін. з метою розробки короткострокової (до 2016 р.) та середньострокової (до 2020 р.) маркетингової програми сталого розвитку області на наявній ресурсній базі; 2) організація регіонального науково-промислового комплексу (технопарку) із профільного управління (відділу) обласної державної адміністрації, установи інфраструктури підтримки (транспортні, побутові, спеціалізовані комунальні утворення) на базі існуючих підприємств за участю вищих навчальних закладів, наукових і проектних організацій, (рисунк), [7]; 3) створення на базі університетів, науково-дослідних інститутів та інших наукових установ мережі закладів венчурного бізнесу, інжинірингових

фірм, що мають довести розробки науковців до придатного для комерційного використання вигляду; 4) всілякий розвиток маркетингу партнерських стосунків у системі постачальник сировини → виробник → посередник → споживач між підприємствами, фірмами, установами регіону.

Таблиця 2

Кількість зайнятого населення за видами діяльності, млн. чол.

Ном. пор.	Основні галузі економіки	Період, що розглядається					
		1990	1995	2000	2005	2010	2010 до 1990
1	Сільське і лісне господарство	2,82	1,99	4,33	3,97	3,09	1,10
2	Промисловість	7,10	5,04	4,60	4,07	3,46	0,49
3	Будівництво, транспорт і зв'язок	3,41	2,24	2,26	2,34	2,33	0,68
4	Торгівля, діяльність ресторанів і готелів	2,09	1,50	3,12	4 18	4,83	2,32
5	Фінансова діяльність та операції з нерухомістю	0,46	0,53	0,98	1,21	1,49	3,22
6	Державне управління, освіта, охорона здоров'я	3,38	3,45	4,19	4,05	4,25	1,26
7	Інші види економічної діяльності	0,62	0,57	0,69	0,84	0,81	1,29
	Всього	19,89	15,33	20,18	20,68	20,27	1,02
8	Випущено фахівців закладів I-II рівня акредитації	0,23	0,19	0,15	0,14	0,11	0,48

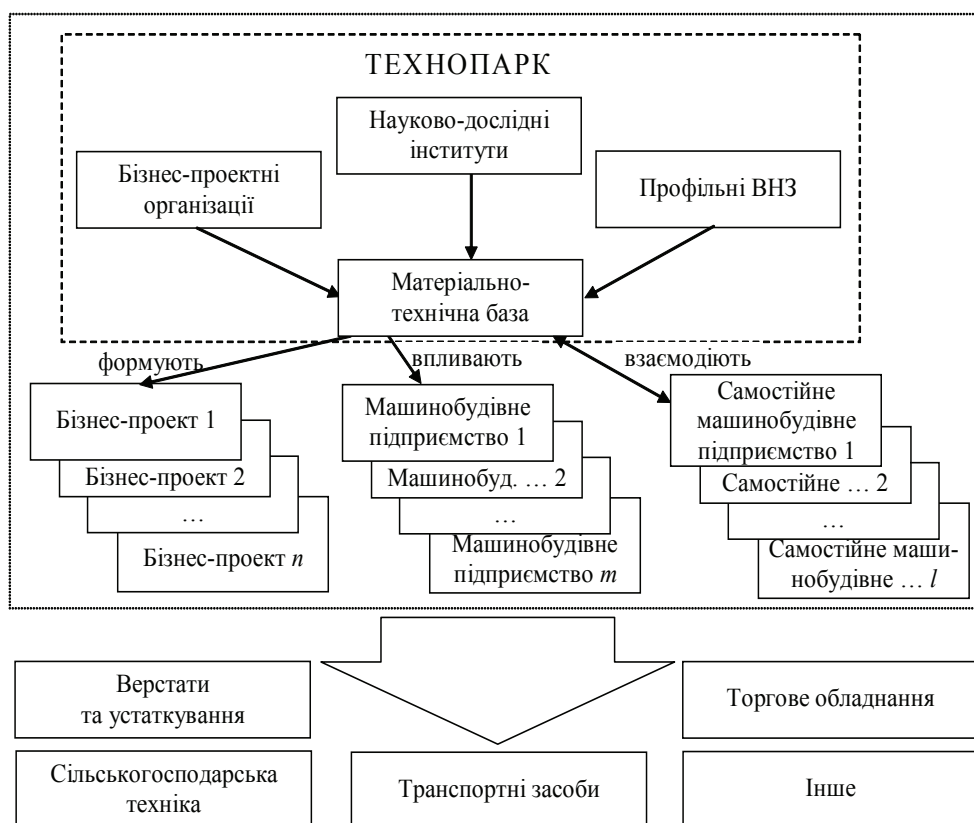


Рисунок. Схема функціонування комплексного технопарку в регіоні

У табл. 3 наведено напрями інноваційного розвитку на регіональному, національному та міжнародному рівнях.

Пріоритетні напрямки інноваційного розвитку країни

Рівні ієрархічної інтеграції	Зміст складових інноваційного розвитку		
Регіональний	Створення максимально повного виробничого циклу	Максимально повне забезпечення свого населення власним продовольством	Удосконалення власної системи кредитування й внутрішньої торгівлі з обмеженням іноземної присутності
Загальнонаціональний	Розвиток власної фундаментальної та прикладної науки	Забезпечення сировинної та енергетичної незалежності	Забезпечення боєздатності власної армії, авіації та військового флоту
Міжнародний	Розробка, конструювання та функціонування торговельного флоту і пасажирського авіатранспорту	Функціонування космічної програми	Функціонування ядерної програми, у тому числі військової

Таким чином, реальний сектор економіки, що реалізується елементом комплексу маркетингу *product*, вже через п'ять років може превалювати над сектором сфери послуг. Якщо промисловий сектор збільшуватиметься, то зменшаться й корупція та інші злочини, бо додатковий прибуток, що народжується за результатами багатьох виробничих переділів і одержується за рахунок продажу технічно складної продукції, набагато важче вивезти в офшори, ніж, наприклад, банківський чи рекламний. Головна перевага орієнтації на реальний сектор економіки полягає в тому, що держава виходитиме з кризи активно, розвиваючи власну індустрію, а не пасивно спостерігаючи, як так звані «європейські ринкові регулятори» руйнують власне виробництво і, як наслідок, жорстко знижують рівень життя українців.

У сферу забезпечення побутової життєдіяльності регіону входить **будівництво**, ефективне використання **енергоресурсів** та **транспорту**, а також функціонування **комунального господарства**. Зрозуміло, що зниження зайнятості населення в цій сфері на третину говорить про різке погіршення її стану. Цілком природно, що в компетенції регіонального маркетингу зробити ціну на енергоносії оптимальною (відомо, що основну масу населення цікавить в основному ціна опалення помешкань). Саме тому, наприклад, є не зрозумілою різниця в запропонованих на опалювальний сезон 2014-2015 років цінах на опалення одного квадратного метра житла у великих та обласних містах України: Кривий Ріг — 12,94 грн.; Кіровоград — 12,35; Суми — 11,73; Луганськ — 11,31; Донецьк — 11,22; Дніпропетровськ — 11,16; Рівне — 10,83; Миколаїв — 9,94; Одеса — 9,74; Луцьк — 9,62; Харків — 9,58; Київ — 9,22; Черкаси і Херсон по 9,07; Полтава — 8,83; Житомир та Ужгород по 8,40; Тернопіль — 8,12; Чернігів — 7,82, Чернівці — 7,61, Вінниця — 6,25. Львів — 6,08; Івано-Франківськ — 5,69, що не має нічого спільного не тільки з економікою регіону, а й з економікою взагалі. Будь-який регіон має розвивати комунальний пасажирський транспорт та будувати соціальне житло. У наведеній сфері найважливішим є елемент комплексу маркетингу *price*.

У **соціальній сфері** серед основних напрямів реалізації проектів можна виділити: 1) створення перспективного плану розвитку інфраструктури населених пунктів на основі проведення *досліджень соціального маркетингу*; 2) спільний розвиток мережі комунальних лікувальних, оздоровчих та санаторно-курортних закладів із відомчим, бізнесовим та приватним фінансуванням; 3) поєднання розрізаних туристичних маршрутів етнографічного, сільського, зеленого туризму із загальноукраїнськими маршрутами з відвідуванням історичних, культурних та архітектурних пам'яток, з регіональними відділеннями в найбільших містах регіону; 4) оптимальне поєднання масового та дитячого спорту із професійним; максимально ефективне використання спортивних споруд.

У **сільському господарстві** це: 1) кластеризація, де необхідно визначити потенціал створення економічних кластерів в окремих підгалузях АПК, націлених на розвиток замкнутого високотехнологічного агропромислового виробництва та на створення екологічно чистої конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції: а) *зернового* кластера (мукомельні підприємства, спиртові заводи, зернотрейдери), б) *бурякоцукрового* (споживачі продуктів переробки буряку, спиртові заводи, внутрішній та зовнішній ринок цукру), в) *молочного* (молокопереробні

підприємства, виробники сухого молока, спеціалізовані підприємства), г) кластера *свинарства* (м'ясокомбінати, сільгоспринки в містах обласного підпорядкування) тощо, 2) розроблення механізмів розвитку та підтримки агропромислових кластерних структур; 3) впорядкування лісового господарства в напрямку переробки відходів лісового господарства та деревообробних підприємств на екологічно чисті паливні елементи.

Зазначене вище неможливе без послідовної політики регіону **в сфері вищої освіти та науки**, тобто реалізації елемента маркетингу (*partners*). Сьогодні ті чи інші ВНЗ на місцевому чи регіональному ринку освіти більше суперники, ніж колеги. Навіть у такій необхідній *щорічній перепідготовці фахівців* за рахунок коштів обласного бюджету, зокрема за напрямками маркетингу, менеджменту, управління інноваційною діяльністю тощо, немає стратегічного регіонального підходу. Створені наприкінці 90-х років минулого століття ради ректорів так і не стали ефективними, як і багато інших прогресивних починань, а саме вони мають бути зв'язковою ланкою між вищими навчальними закладами, населенням та органами місцевого самоврядування [8]. Можливо, певною мірою мають допомогти й запропоновані в Законі України «Про вищу освіту» від 01.07.14 № 1556-VII [9] так звані наглядові ради. Але існує значне занепокоєння, що без належної підтримки органів управління територіями їх діяльність теж не буде ефективною. Високі вимоги сьогодні висуваються й до якісного складу науково-дослідного сектору ВНЗ, що має реалізовуватися елементом комплексу маркетингу (*personal*). Тут за допомогою маркетингового підходу потрібно визначити *споживчі переваги в науковому продукті* (друковані науково-дослідницькі матеріали, успіхи на всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт, кількість та розміри грантів, обсяги фінансування науково-дослідних тем за рахунок бюджетних коштів тощо) та врахувати готовність замовника платити за створений у технопарку на кафедрах та в лабораторіях ВНЗ або дослідницького центру науково-дослідного чи проектного продукту. Саме так відбувається і в університетах США, де, за останніми даними, "...29 відсотків членів професорсько-викладацького складу присвячують більше 20 годин на тиждень науковій роботі" [10]. Отже, на обласному рівні необхідні: 1) введення нового механізму працевлаштування випускників на основі багатосторонніх договорів між професійно-технічними навчальними закладами, підприємствами, фірмами, установами, організаціями – замовниками робітничих кадрів та учнями; 2) формування системи своєчасної й достатньої післядипломної освіти; 3) максимально можливе наближення бюджетних наукових тематик, а також тем, виконуваних у вищій школі, та дисертаційних досліджень до потреб регіону.

Таким чином, реалізовуватиметься політика держави, націлена на підвищення самостійності регіонів у розв'язанні економічних та соціальних завдань, що як ніколи гостро постають перед Україною [11].

Висновки. На сьогодні Україна мусить реагувати на нові зовнішні та внутрішні виклики сучасності і потребує радикальних змін у соціально-економічній територіальній політиці. Таким напрямком є комплексний підхід до запровадження регіональних стратегій, що становить наукову новизну даного дослідження. Цей підхід передбачає використання маркетингу партнерських стосунків, кластеризацію, створення потужних наукових дослідницьких центрів тощо, що дасть змогу областям України, спираючись на власні інтелектуальну та економічну міць, перейти від глобальної залежності та глобальних ризиків до більш самостійного сталого розвитку. На обласному рівні необхідне введення нового механізму працевлаштування випускників, забезпечення кваліфікованої післядипломної освіти, максимальне наближення сукупності наукових тематик до потреб регіону.

Перспективою подальшого дослідження в сфері підвищення економічної самостійності регіонів є розроблення конкретних організаційно-економічних механізмів самоврядування та їх апробація на відповідних економічних об'єктах, що дасть змогу їх ефективного застосування на практиці.

Література:

1. Гордон Ян Х. Маркетинг партнёрских отношений [пер. с англ. ; под ред. О.А. Третьяк] / Ян Х. Гордон // СПб : Питер, 2001. — 384 с.
2. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: монографія / за ред. З.С. Варналія. – К.: НІСД, 2007. – 768 с.
3. Современные инновационные структуры и коммерциализация науки / Под ред. А.А. Мазура. – Харьков : Полиарт, 2000. – 254 с.
4. Статистичний щорічник України за 2010 рік / За ред. Осауленка О.Г. – Київ: Державна служба статистики, 2011. – 560 с.
5. Гаврилюк В. Я. Особливості розвитку та діяльності ВНЗ у глобальній економіці / В.Я. Гаврилюк // Вісник Національного університету "Львівська політехніка": Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. — Львів, НТУ "Львівська політехніка". — 2013. — № 769. — С. 405-412.

6. Телетов О.С. Напрямки реалізації проектів стратегічного розвитку регіонів / О.С. Телетов, М.В. Провозін // Тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – Львів : Львівська політехніка, 2014 – С.364-366.

7. Телетов О.С. Інновації в маркетингу промислових підприємств [монографія] / О.С. Телетов, Н.В. Івашова, Є. І. Нагорний ; за заг. редакцією д-ра екон. наук. проф. О.С. Телетова. – Суми : СумДУ, 2013. – 282 с.

8. Телетов О.С. Маркетингова освіта в умовах реального сектора економіки / О.С. Телетов // Економічний вісник НТУУ «КПІ». — 2014. — №11. — С. 435-439.

9. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.14 № 1556-VII. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

10. Мельников С.Л. Управление высшим образованием в демократических государствах / С.Л. Мельников // Сумська старовина. – 2014. – № 41-42. – С. 61-66 .

11. Стратегія економічного розвитку України до 2020 року: стратегія національної модернізації. Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://me.kmu.gov.ua>.

УДК 338.53:339.97

Чукурна О.П.

канд. економ. наук, доцент

Одеській національний політехнічний університет

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ ЦЕНОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

THE TRANSFORMATION CONCEPTION OF PRICING IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF ECONOMY

В статті розглянуто вплив глобалізації на трансформацію концепції ціноутворення. Проаналізовані загальні особливості глобалізаційних процесів, які впливають на розвиток економіки. Визначено вплив глобалізаційних факторів на трансформацію концепції ціноутворення, до яких віднесено: міжнародну конкуренцію та транзакційні витрати. Охарактеризовано природу транзакційних витрат та їхній безпосередній вплив на механізм трансфертного ціноутворення. Визначені основні методи трансфертного ціноутворення, як одного з новітніх підходів щодо концепції ціни. Розглянуто механізм пільгового оподаткування при трансфертному ціноутворенні. Проаналізовані основні переваги та визначені вади трансфертного ціноутворення, а також вплив його механізму на ринкові та адміністративні важелі. Сформульовано теорії глобальних ринків, які вплинули на трансформацію концепції ціноутворення, найбільш обґрунтованими серед яких є наступні: теорія інтернаціоналізації, теорія привласнення, податкова теорія.

Ключові слова: глобалізація, трансфертне ціноутворення, теорія інтернаціоналізації, міжнародна конкуренція, транзакційні витрати.

В статье рассмотрен фактор влияния глобализации на трансформацию концепции ценообразования. Проанализированы общие особенности глобализационных процессов, которые влияют на развитие экономики. Определено влияние глобализационных факторов на трансформацию концепции ценообразования, к которым относят: международную конкуренцию и транзакционные издержки. Охарактеризована природа транзакционных издержек и их непосредственное влияние на механизм трансфертного ценообразования. Определены основные методы трансфертного ценообразования, как одного из новейших подходов определения концепции цены. Рассмотрен механизм льготного налогообложения при трансфертном ценообразовании. Проанализированы основные преимущества, а также определены недостатки трансфертного ценообразования и влияние его механизма на рыночные и административные рычаги. Сформулированы теории гло-

бальных рынков, которые повлияли на трансформацию концепции ценообразования, наиболее обоснованными среди которых являются следующие: теория интернационализации, теория присвоения, налоговая теория.

Ключевые слова: глобализация, трансфертное ценообразование, теория интернационализации, международная конкуренция, транзакционные затраты.

In the article are considered the factors of influence of globalization on transformation of conception of pricing. It is analysed features of processes of globalizations that influence on development of economy. The factors of influence of globalization are certain on transformation of conception pricing it is attributed to that: international competition and transaction charges. Nature of transaction charges and their direct influence are described on the transfer pricing. The basic methods of the transfer pricing are certain, as one of the newest approaches in relation to conception of price. The mechanism of favorable tax treatment is considered at the transfer pricing. Basic advantages and certain defects of the transfer pricing and influence of his mechanism are analysed to the market and administrative levers. The theories of global markets that influenced on transformation of conception of pricing are set forth, most reasonable among that are the following: theory of internationalization, theory of appropriation, tax theory.

Keywords: globalization, transfer pricing, theory of internationalization, international competition, transaction expenses.

Вступ. Концепція ціноутворення є ключовим джерелом отримання прибутку на підприємстві, формування якого залежить від багатьох факторів. Концептуальний підхід щодо ціноутворення базується на дослідженні та врахуванні факторів, що впливають на методологію ціноутворення. Розвиток та еволюція концепції ціноутворення знаходиться в прямій залежності від економіко-технологічного устрою, який панує в економіці. В свою чергу економічне середовище трансформується під впливом факторів макроекономічного порядку, серед яких найбільший ступінь впливу має глобалізація. Сьогодні глобалізація характеризується системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, всіх сфер людської діяльності, внаслідок чого спостерігається прискорене економічне зростання, прискорення впровадження сучасних технологій та методів управління. При цьому зміни, що викликаються процесами інтеграції економік, носять глибинний характер, зачіпають всі сфери діяльності, ставлять завдання приведення до відповідності соціальних параметрів розвитку суспільства, його політичної структури, технологій макроекономічного управління. За останні роки найбільший вплив глобалізаційні процеси мали на виникнення міжнародної конкуренції, транзакційних витрат та трансфертного ціноутворення. Останні два фактори безпосередньо вплинули на трансформацію концепції ціноутворення та перегляд її положень.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз впливу глобалізації на трансформацію концепції ціноутворення. Враховуючи постійні економічні зміни та трансформацію технологічного устрою економіки, механізм ціноутворення також змінюється під впливом багатьох економічних факторів, до яких слід віднести також фактори глобального підпорядкування. Саме тому виникає необхідність наукового дослідження трансформації концепції ціноутворення та обґрунтування глобалізаційних факторів, що впливають на її розвиток.

Методологія. Теоретичною основою дослідження є системний підхід до аналізу глобалізаційних факторів, які впливають на трансформацію концепції ціноутворення.

Результати дослідження. Процес глобалізації, який найбільш активізувався в останні два десятиліття, таїть в собі багато протиріч та стає предметом гострих дискусій в академічних і ділових кругах. Незважаючи на те, що глобалізація є загальноприйнятим процесом, в науковій літературі не дійшли єдиної думки щодо впливу глобалізаційних факторів на трансформацію концепції ціноутворення. Загалом, на глобалізаційні процеси та їхній вплив на економічний розвиток існують декілька точок зору, які заслуговують на увагу. Проблема поглиблення і трансформації особливостей глобальної економіки вперше була розглянута в роботі М. Кастельса [1]. Він визначає глобальну економіку, як «економіку, в якій ключові компоненти мають інституціональну, організаційну і технологічну можливість працювати як єдине ціле в реальному часі в світовому масштабі». До числа цих ключових елементів він відносить фінансову глобалізацію, глобалізацію ринків товарів і послуг, інформатизацію на основі глобальних мереж, стирання меж у світі науки і технологій. Все це відбувається на тлі послаблення ролі державного регулювання і робить фірми, а не країни реальними торговими агентами. В свою чергу, американський дослідник П. Ратленд виділяє шість ключових ознак глобалізації, чотири з яких торкаються безпосередньо економічної сфери: революція в інформаційних технологіях; економічна революція; регіоналізація світової економіки; поляризація, тобто поглиблен-

ня розриву в економічних рівнях високорозвинених і менш розвинених країн світу [6].

Аналіз сучасних поглядів на процес глобалізації дозволив зробити наступні висновки щодо його особливостей:

1. В сьогоднішній велика кількість країн відкрили свої кордони для торгівлі, фінансів, інвестицій та інформації, тим самим сприяючи глобалізаційним процесам.

2. Якщо на початку століття глобалізація була викликана необхідністю скорочення транспортних витрат, то нині вона обумовлена зниженням вартості комунікаційних засобів. Дешева і ефективна мережа комунікацій дозволяє фірмам розміщувати різні складові виробництв в різних країнах, зберігаючи при цьому прямі організаційні та інформаційні контакти, безпосереднє управління товарними і фінансовими потоками.

3. Збільшення обсягів міжнародних фінансових потоків за останні 25 років. Ринки капіталів все більше набувають характеру глобальних і міжнаціональних.

4. В сьогоднішній близько 20 % всієї продукції світової економіки виробляється філіями транснаціональних корпорацій. Третина світової торгівлі приходить на угоди між базовими компаніями та їх зарубіжними філіями й ще одна третина - на торгівлю між компаніями, що входять до транснаціональних стратегічних альянсів. Згідно даних ООН, в світі налічується 35 тисяч транснаціональних корпорацій з 150 тисячами філій. Все більш істотним в розвитку процесу глобалізації стає чинник транснаціоналізації з орієнтацією корпорацій на інформаційний ринок і ринок інноваційних технологій [6].

5. В умовах глобалізації заощадження та інвестиції розміщуються більш ефективніше. Вкладники не обмежені своїми внутрішніми ринками, а можуть шукати по всьому світу сприятливі інвестиційні можливості. Інвестори мають ширший вибір для розподілу своїх портфельних та прямих інвестицій.

6. Економічна глобалізація відбувається разом з революцією в технологічних процесах. Місце країни в сучасному світі сьогодні більше визначається якістю людського капіталу, станом освіти та ступенем використання науки і техніки у виробництві.

Узагальнивши ряд вищевикладених положень, можна констатувати, що сучасна глобалізація характеризується системним зрушенням в світовій економічній системі. Якщо раніше успіх підприємництва залежав більше від класичної комбінації чинників виробництва, то сьогодні цей успіх значною мірою визначається складною комбінацією елементів знань, інтеграцією цих чинників і технологій, об'єднанням капіталу, інформаційних та інтелектуальних ресурсів. Підприємство все менш прив'язане до якої-небудь країни або території при більш високій інформативній залежності, а звернення до інновацій та інвестицій стає найважливішою умовою успіху.

Все перераховане є далеко неповним переліком поглядів на причини виникнення глобалізації та її рушійні сили. Окремі фактори глобалізаційного підпорядкування безпосередньо впливають на підходи щодо ціноутворення. Серед найбільш вагомих факторів, які вплинули на трансформацію концепції ціноутворення особливо слід виділити такі, як поява та загострення міжнародної конкуренції та виникнення транзакційних витрат. Саме вони мають найбільший вплив на всі економічні системи в контексті глобального розвитку країн. Ще М. Портер [4,5] в своїх працях обґрунтував вплив глобалізаційних процесів на розвиток міжнародної конкуренції, яка в свою чергу, вплинула на перетворення міжнародних компаній з мультилокальних в глобальні. Важливим досягненням М. Портера в сфері дослідження міжнародної конкуренції є вдосконалення концепції «ланцюжка створення цінності». Згідно з думкою М. Портера, розвиток глобалізації сприяє охопленню великої кількості різних країн окремими частинами «ланцюжка цінності» [4]. Крім того, глобальні обсяги виробництва дуже важливі для підтримки високого рівня інвестицій в інноваційні розробки, тобто фактично наукомісткі галузі мають тенденцію стати глобальними, в той же час збільшуючи транзакційні витрати.

Економічне обґрунтування природи транзакційних витрат вперше здійснив Р. Коуз. В своїх роботах Р. Коуз [8,9] дійшов висновку, що працюючи окремо, працівники значно більше часу витрачають на підготовку і виконання контрактів, в тому числі на організаційне управління цими процесами. Вчений довів, що традиційна мікроекономічна теорія була неповною, оскільки не враховувала витрати на організаційні процеси, а охоплювала тільки виробничі та транспортні. Саме тому, до транзакційних витрат Р. Коуз відносить наступні: витрати на пошук інформації про ціни, наміри конкурентів, споживачів; витрати, пов'язані з веденням переговорів, ухваленням рішень, укладенням угод, юридичним оформленням; витрати, пов'язані з контролем за якістю і кількістю продукції, допущеними помилками; витрати на оплату послуг державних, судових організацій по захисту прав власності; витрати, що виникають із-за опортуністичної поведінки контрагента [8, с. 15-20].

Р. Коуз приходять до наступного висновку: ринковий механізм не призводить до адекватного

сприйняття інформації і незалежні фірми діють неефективно. З іншого боку, якщо обмін інформацією відбувається по вертикалі всередині однієї корпорації, яка об'єднує безліч дрібних підрозділів, то досягається оптимізація діяльності компанії в цілому. При цьому прямі зарубіжні інвестиції розглядаються, як засіб зменшення транзакційних витрат фірми [9]. Саме цей підхід використовується при ціноутворенні в транснаціональних корпораціях та набуває найбільшої ефективності. Теорія транзакційних витрат Р. Коуза була покладена в основу теорії інтернаціоналізації, яка широко використовується на глобальних ринках. Ефект від використання теорії інтернаціоналізації пов'язаний з можливістю зменшення транзакційних витрат і економією на масштабі діяльності.

Економія на масштабі сфери діяльності виникає завдяки незбалансованості зростання фірми, в якій постійно виникають нові виробничі і фінансові ресурси. Економія від використання цих ресурсів і стає стимулом до розширення сфери діяльності фірми. Можливості економії на ефекті масштабу сфери діяльності стимулюють перетворення національних компаній в транснаціональні корпорації, які завдяки збільшенню масштабів виробничого процесу і використанню ще незадіяних ресурсів знижують свої витрати виробництва. В той же час слід зазначити, що збільшення масштабів виробництва і суворий контроль над усіма стадіями виробничого процесу і маркетингової діяльності може привести до зворотного ефекту - підвищення середніх витрат виробництва.

Іншим теоретичним напрямком, який доповнює концепцію інтернаціоналізації в тих транснаціональних корпораціях, які використовують високі технології, є теорія привласнення. Ця теорія ґрунтується на тому, що компанія, яка має конкурентні технологічні переваги, здійснює іноземне інвестування для того, щоб підвищити ефективність використання новітніх технологій.

З точки зору прибічників теорії привласнення для отримання потенційних доходів від своїх технологічних переваг компанії вигідніше встановлювати контроль над виробництвом і мати підприємство у своїй повній власності. В випадку спільного володіння іноземним підприємством декількома власниками технологічні переваги фірми можуть бути втрачені через відсутність контролю. У випадку якщо транснаціональна корпорація сумнівається в тому, чи вдасться їй зберегти в таємниці технології, які мають бути використані в іноземній філії, вона може і зовсім відмовитися від закордонного інвестування.

Прибічники теорії інтернаціоналізації та привласнення вважають, що головною метою іноземного інвестування є не збільшення або отримання монопольної влади, а підвищення ефективності виробництва всередині транснаціональної корпорації та збереження її технологічного лідерства.

Ще одним теоретичним напрямком, який пояснює причини виникнення прямих закордонних інвестицій, є податкова теорія. Відповідно до цієї теорії, метою прямого іноземного інвестування є прагнення транснаціональних корпорацій зменшити обсяг податкових відрахувань. Використовуючи прямі закордонні інвестиції транснаціональні корпорації, знижують рівень оподаткування двома способами. Перший – це створення виробничої філії в країні з порівняно низькими податками. Другий - це використання транснаціональною корпорацією механізму трансфертного ціноутворення, що дає можливість фіксувати прибутки в країнах з низькою ставкою оподаткування, навіть якщо доходи були отримані в країнах з високими податками [7, с. 95].

Таким чином, використовуючи трансфертне ціноутворення, транснаціональні корпорації мають механізми впливу на величину оподаткованого прибутку. Тому правове регулювання трансфертного ціноутворення може супроводжуватися податковою конкуренцією між країнами, на території яких здійснюють діяльність підрозділу транснаціональної корпорації (ТНК).

При регулюванні трансфертного ціноутворення, як правило, йдеться про оподаткування прибутку транснаціональних компаній, які мають комерційну присутність на території декількох податкових юрисдикцій. Основною метою розподілу прибутку ТНК в цілому є забезпечення справедливої частки податкової бази для кожної податкової юрисдикції, в межах якої функціонує відповідний підрозділ ТНК. Виходячи з цього, податкові адміністрації зацікавлених країн пред'являють досить жорсткі вимоги до порядку ціноутворення ТНК в цілях оподаткування. В разі порушення платниками податків встановлених правил визначення цін діють норми, що регулюють трансфертне ціноутворення.

Основною метою застосування трансфертних цін є "переклад" податкової бази на афілійовану особу, яка знаходиться в сприятливішому податковому режимі. Йдеться про різні податкові преференції, зокрема, про наявність статусу резидента офшорної зони, надання податкових канікул, застосування пільгових податкових ставок, право на використання інших податкових переваг. При цьому такий переклад, як правило, здійснюється шляхом маніпулювання ціною угод. Ще однією причиною використання механізму трансфертного ціноутворення є подвійне оподаткування, яке розподіляється на користь іноземного учасника прибутку.

Розглянемо приклад, коли угода укладається між двома незалежними компаніями при заниженні

ціни. Припустимо, витрати на виробництво товару в країні А складають 100 доларів, експортна ціна 150 доларів. Отже, прибуток складе 50 доларів. При цьому, податок на прибуток юридичних осіб в країні А складає 40%, а в країні імпортера Б - 20%. Тоді, в країні А компанія Х повинна заплатити податок в 20 доларів на свій прибуток 50 доларів. В цьому випадку її чистий прибуток складе 30 доларів. В країні імпортера компанія Y імпортує товар по 150 доларів, а продає всередині країни по 180 доларів, тобто прибуток складе 30 доларів, а після виплати податку (20%) - 24 долари. Разом, прибуток компанії складе 54 долари (табл. 1.).

Таблиця 1

Схема угоди між двома незалежними компаніями при заниженні ціни.

Країна експортера А (Компанія Х)		Країна імпортер Б (Компанія Y)	
Експортна ціна, дол.	150	Імпортна ціна, дол.	150
Витрати виробництва, дол.	100	Ціна продажу, дол.	180
Прибуток до оподаткування, дол.	50	Прибуток до оподаткування, дол.	30
Податок на юридичну особу, (40%)	20	Податок на юридичну особу, (20%)	6
Прибуток після оподаткування	30	Прибуток після оподаткування	24
Сумарний прибуток компаній = 54 дол.			

Якщо угода укладається між компаніями, пов'язаними стосунками капіталів (афілійованими компаніями) при заниженні ціни, тоді механізм трансфертного ціноутворення буде наступний. Припустимо, що компанія Y є дочірньою компанією компанії Х. Материнська компанія Х продасть свої товари за цінами нижче, ніж в першому випадку, наприклад, за 120 доларів та отримає чистий прибуток в розмірі тільки 12долларов. Проте, дочірня компанія отримає в цьому випадку значно більший прибуток у розмірі 60 доларів, що за вирахуванням податку (20%) складе 48 дол. Таким чином, прибуток двох компаній буде рівним 60 доларів, що перевищує чистий прибуток, який отримується в першому випадку, на 6 дол. Цей додатковий прибуток є результатом дії механізму трансфертних цін (таблиця 2).

Цей загальний прибуток направляється в центр управління прибутками, розташований в країні з низьким рівнем оподаткування, звідки здійснюється реінвестування компаній згідно із стратегічним планом ведення міжнародного бізнесу ТНК в цілому.

Можлива ситуація, коли загальний прибуток транснаціональної корпорації збільшиться при завищенні цін. Розрахунок прибутку, який був отриманий в результаті трансфертного ціноутворення представлений в табл. 3.

Ситуація, коли компанії, яка експортує продукцію, вигідніше завищувати ціни з метою, щоб залишити великий прибуток у своїй країні, де більш пільгові умови оподаткування розглянута в табл. 4. З розрахунку видно, що в країну, де рівень оподаткування низький, афілійованій компанії вигідніше продавати товар за заниженою ціною, а в країну, де рівень оподаткування високий, - навпаки, за завищеною ціною. Рівень трансфертної ціни ретельно розраховується. Трансфертна ціна не має бути занадто низькою, щоб мотивувати виробничий підрозділ, який міг би реалізувати цей товар й на внутрішньому ринку, продаючи його через традиційну збутову мережу.

З метою збереження рівня конкурентоспроможності підрозділу на зарубіжних ринках трансфертна ціна не повинна бути занадто високою. З іншого боку, ціна на зарубіжному ринку не має бути нижче внутрішньої ціни на аналогічний товар в країні експортера, інакше конкуренти в країні імпортера можуть звинуватити компанію в демпінгу. Крім того, при розрахунку трансфертної ціни враховуються правові й адміністративні обмеження у відповідних країнах відносно рівня відхилення зовнішньоторговельної ціни від звичайних світових цін. Будь-яка з компаній, які входять в одну ТНК при реалізації механізму трансфертного ціноутворення може мати збитки, але не збанкрутує, оскільки береться до уваги загальна сума кумулятивних прибутків.

Таблиця 2

Схема угоди між афілійованими компаніями при заниженні ціни.

Країна експортера А (Компанія Х- головна компанія)		Країна імпортер Б (Компанія У- дочірня компанія)	
Експортна ціна, дол.	120	Імпортна ціна, дол.	120
Витрати виробництва, дол.	100	Ціна продажу, дол.	180
Прибуток до оподаткування, дол.	20	Прибуток до оподаткування, дол.	60
Податок на юридичну особу, (40%)	8	Податок на юридичну особу, (20%)	12
Прибуток після оподаткування	12	Прибуток після оподаткування	48
Сумарний прибуток компаній = 60 дол.			

Таблиця 3

Схема угоди між двома незалежними компаніями при завищенні ціни.

Країна експортера А (Компанія Х)		Країна імпортер Б (Компанія У)	
Експортна ціна, дол.	150	Імпортна ціна, дол.	150
Витрати виробництва, дол.	100	Ціна продажу, дол.	180
Прибуток до оподаткування, дол.	50	Прибуток до оподаткування, дол.	30
Податок на юридичну особу, (20%)	10	Податок на юридичну особу, (40%)	12
Прибуток після оподаткування	40	Прибуток після оподаткування	18
Сумарний прибуток компаній = 58 дол.			

Таблиця 4

Схема угоди між афілійованими компаніями при завищенні ціни.

Країна експортера А (Компанія Х- головна компанія)		Країна імпортер Б (Компанія У- дочірня компанія)	
Експортна ціна, дол..	180	Імпортна ціна, дол.	180
Витрати виробництва, дол.	100	Ціна продажу, дол.	200
Прибуток до оподаткування, дол.	80	Прибуток до оподаткування, дол.	20
Податок на юридичну особу, (20%)	16	Податок на юридичну особу, (40%)	8
Прибуток після оподаткування	64	Прибуток після оподаткування	16
Сумарний прибуток компаній = 80 дол.			

Трансфертні ціни дозволяють відводити капітали з країни, а також приховувати прибутки компаній від оподаткування. При продажі товарів закордонним дочірнім компаніям або іноземним залежним партнерам, компанія може встановити мінімальну або занижену відпускну ціну і відповідно скоротити митні платежі при перетині кордону або встановити максимальну або завищену ціну для мінімізації податків, обходу обмежень на повернення дивідендів або витягання найбільшої кількості грошових коштів від зарубіжного залежного партнера. Загалом, компанія зацікавлена використати-